

Branchenreport Ernährungswirtschaft

Bayern 2017



Herausgeber: Cluster Ernährung
am Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn),
Kulmbach 2017
Hofer Straße 20, 95326 Kulmbach

E-Mail: ernaehrungscluster@kern.bayern.de
Homepage: www.cluster-bayern-ernaehrung.de

Redaktion: Dr. Simon Reitmeier,
Geschäftsführer des Cluster Ernährung am
Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn), Kulmbach,
sowie Nora Börger
Dr. Peter Sutor, Institutsleiter Institut für
Ernährungswirtschaft und Märkte an der
Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), München,
sowie Dr. Magnus Kellermann

Autoren: AFC Public Services GmbH, Bonn 2017
www.afc.net
Dr. Volkert Ebert,
Direktor der AFC Public Services GmbH, Bonn
sowie Elisabeth Kosiolek

Gestaltung: Cube Werbeagentur GmbH, München 2017
Druck: Ernst Vögel GmbH, Stamsried
Auflage: 1. Auflage, Oktober 2017

© Cluster Ernährung 2017

Die Themen im Überblick

Erster Teil: Status Quo	06
Die bayerische Ernährungswirtschaft im Wandel	06
Branchen im Wettbewerb	20
Zweiter Teil: Analysen	30
Stärken	30
Schwächen	33
Chancen	35
Risiken	38
Zusammenfassung und Fazit	40



Liebe Leserinnen und Leser,

die Ernährung und Ernährungswirtschaft befinden sich im Wandel. Strukturelle und demografische Veränderungen sowie neue Trends führen zu einem Umbruch von altbekannten Ernährungsformen und -gewohnheiten. Die Ernährungswirtschaft und -politik stehen deshalb vielfältigen Herausforderungen gegenüber. Fragen wie: „Welche Auswirkungen haben globale Veränderungen auf die inländischen Märkte?“ oder „Wie kann sich die regionale Wirtschaft auf verändernde Verzehrsgewohnheiten und zunehmende Anforderungen besser einstellen?“, suchen nach handlungsorientierten Antworten.

Ich möchte die Ernährungswirtschaft in ihrer Zukunftsfähigkeit gezielt unterstützen. Doch um zu wissen, wohin die Reise gehen soll, muss man wissen, wo man steht. Gerade in der Ernährungswirtschaft genügt es nicht, einzelne Branchen isoliert und national zu betrachten. Die Vernetzung und der Zusammenhang der Wertschöpfungsstufen und ihre Einbettung in die Gesamtwirtschaft sind hier entscheidend! Um zukunftsfähig zu bleiben, müssen Veränderungen rechtzeitig erkannt und Potenziale frühzeitig genutzt werden.

Fundiertes Wissen liefert die beste Grundlage für richtungsweisende Entscheidungen. Daher stellt der vorliegende Branchenreport zur bayerischen Ernährungswirtschaft, der in dieser Form erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt wird, fundierte Zahlen der Ist-Situation sowie valide Kenntnisse über Branchen- und Konsumtrends in Bayern dar.

Ich freue mich, Ihnen mit diesem Bericht ein wirkungsvolles Instrument an die Hand zu geben, das Ihnen bei der Einschätzung Ihrer Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken hilft. Für die Fortsetzung Ihres Erfolgs in Bayern, für die gemeinsame Gestaltung unserer Zukunft!

Ihr

A handwritten signature in blue ink that reads "Helmut Brunner". The signature is written in a cursive style.

Helmut Brunner
Bayerischer Staatsminister
für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Status Quo

Die Ernährungswirtschaft ist im Freistaat Bayern sowohl wirtschaftlich als auch kulturell von hoher Bedeutung. Mit Blick auf das kommende Jahrzehnt werden die Betriebe aus dem produzierendem Ernährungsgewerbe und dem Ernährungshandwerk gleichwohl mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert sein, für die sich die Teilbranchen entsprechend wappnen müssen.

Um die Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken der Ernährungswirtschaft in Bayern aufzudecken, wurde in einem ersten Schritt eine Status-Quo-Analyse durchgeführt. Auf Grundlage von Sekundärdaten (v.a. Statist. Landesamt) kristallisierten sich zentrale Faktoren und Handlungsfelder der Branche heraus.

Im Überblick: Betriebe, Umsätze, Beschäftigte

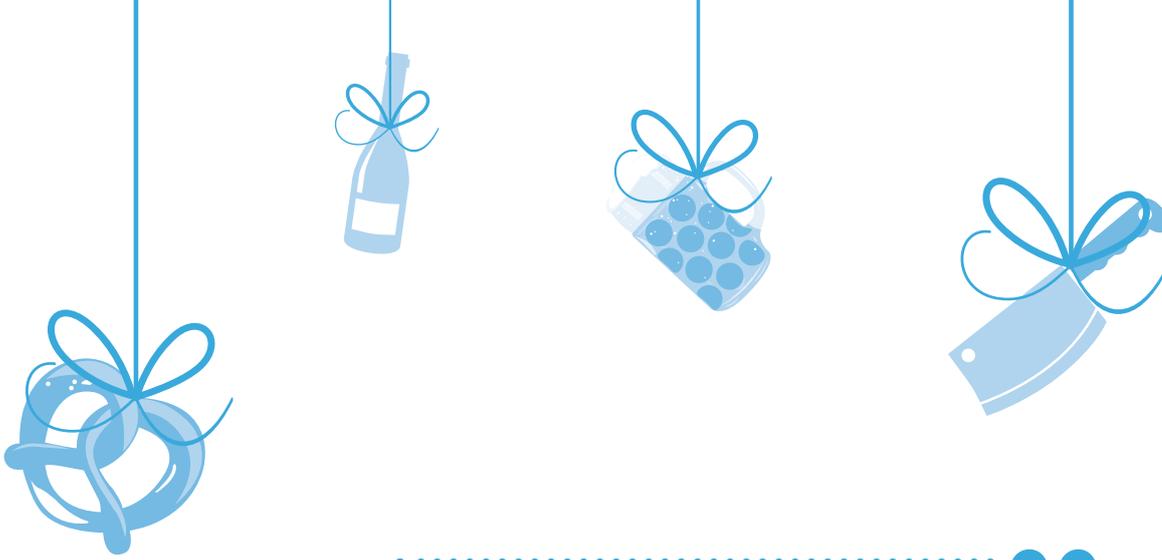
Die bayerische Ernährungswirtschaft erzielte im produzierenden Ernährungsgewerbe (> 20 Mitarbeiter) und im Handwerk (< 20 Mitarbeiter) im Jahr 2016 mit über 240.000 Beschäftigten einen Umsatz von circa 37 Mrd. € (Tab. 1). Insgesamt werden in Bayern 20% des gesamtdeutschen Umsatzes der Ernährungswirtschaft erwirtschaftet.

Knapp jeder
3. Betrieb aus der
deutschen Ernäh-
rungswirtschaft
befindet sich im
Freistaat.



20 %

des gesamtdeutschen Umsatzes
der Ernährungswirtschaft



Die Betriebs-, Umsatz- und Beschäftigungszahlen unterstreichen die große Bedeutung der Ernährungswirtschaft für Bayern.

Knapp 75% des Umsatzes der gesamten Ernährungswirtschaft wird durch das produzierende Ernährungsgewerbe erwirtschaftet.

Daneben produziert das bayerische Ernährungshandwerk vor allem in dezentralen, klein- und mittelständischen Strukturen. Hierzu zählen v. a. Bäcker, Metzger, Brauer, Winzer und Weinküfer, Mälzer, Müller und Konditoren. Deren Umsatz hat sich in Bayern in 2016 um 1,7% auf 8,8 Mrd. € erhöht. Demgegenüber hat sich die Zahl der Betriebe im selben Zeitraum um 2,2% auf insgesamt 8.597 verringert, während die Zahl der Beschäftigten um 0,4% auf rund 117.500 anstieg. Das Handwerk, in dem rund die Hälfte der Beschäftigten der bayerischen Ernährungswirtschaft arbeiten, ist daher von Konzentrationsprozessen betroffen.

Tabelle 1: Ernährungswirtschaft in Bayern

(Angaben des Bayerischen Handwerktages für das Jahr 2016)

	 Betriebe	 Beschäftigte	 Umsatz in Mrd. €
Produzierendes Ernährungsgewerbe	1.104	127.300	28,0
Ernährungshandwerk	8.597	117.500	8,8
Ernährungswirtschaft insg.	9.701	244.800	36,8

Die Entwicklung des Ernährungshandwerks in Bayern

Damit bleibt das bayerische Ernährungshandwerk bedeutender Bestandteil der regionalen Wirtschaftskreisläufe. Aktuelle Angaben der einzelnen Handwerksgruppen sind nur für Bäcker und Metzger verfügbar, die rund 85 % des Umsatzes, 74 % der Betriebe sowie circa 84 % der Beschäftigten des gesamten Ernährungshandwerks in Bayern ausmachen (Tab. 2). Im Metzgerhandwerk gab es 2016 rund 3.857 Betriebe (-3,3%) mit einem Jahresumsatz von insgesamt circa 4,09 Mrd. € (+1,2%) und 37.360 Beschäftigten (+0,4%). Die Zahl der Handwerksbäckereien in Bayern beläuft sich auf 2.539 Betriebe (-2,6%), wohingegen die Zahl der Beschäftigten um 1,3% auf 61.030 Beschäftigte stieg. Der Umsatz betrug insgesamt rund 3,45 Mrd. € (+2,7%).

Tabelle 2: Ernährungshandwerk in Bayern 2016

			
Handwerkszweig	Umsatz in Mrd. €	Betriebe	Beschäftigte *
Metzgerhandwerk	4,09	3.857	37.360
Bäckerhandwerk	3,45	2.539	61.030
Übriges Ernährungshandwerk	1,30	2.201	19.110
Ernährungshandwerk zusammen**	8,84	8.597	117.500

* Metzger und Bäcker: sozialversicherungspflichtig und geringfügig entlohnte Beschäftigte

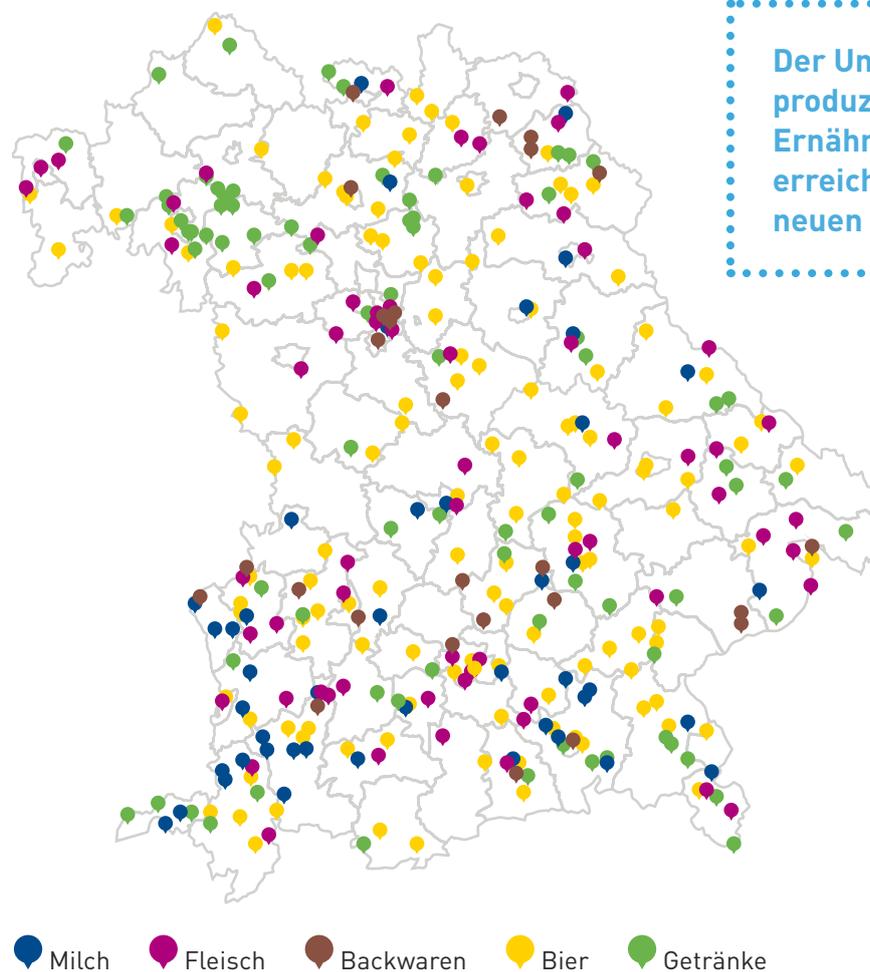
**Zusätzlich tätige Unternehmer (geschätzt).

Quelle: Bay. Handwerkstag, Bay. LfStat, Stat. Bundesamt, ZDH, Bäckerinnung Bayern

Die Entwicklung des produzierenden Ernährungsgewerbes in Bayern

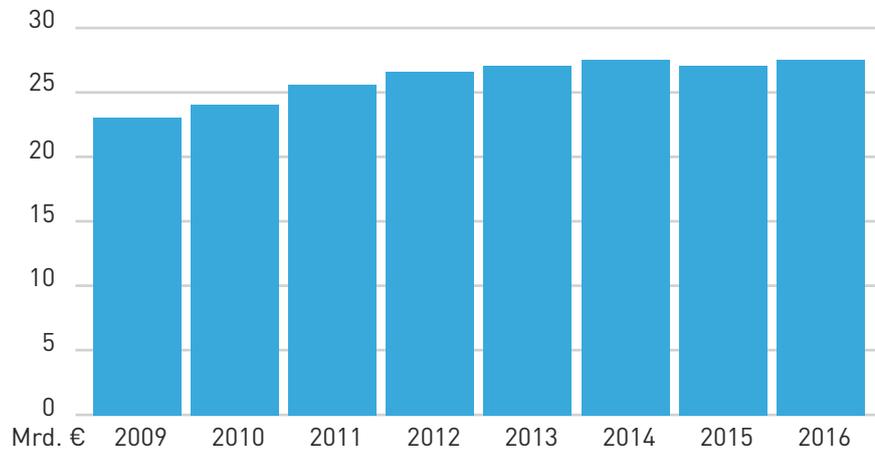
In der Gesamtbetrachtung sind die Unternehmen und Betriebsstätten des produzierenden Ernährungsgewerbes relativ gleichmäßig in Bayern verteilt (Abb. 1). Regionale Unterschiede zwischen den einzelnen Landkreisen bestehen gleichwohl in einigen Teilbranchen. Das stärker dezentral organisierte Handwerk ist als Beschäftigungsfaktor vor allem in den ländlichen Regionen des Freistaats präsent.

Abb. 1: Hersteller produzierendes Ernährungsgewerbe Bayern
(Branchenkarte)



Die Umsätze des produzierenden Ernährungsgewerbes sind in Bayern wie auch in Gesamtdeutschland in den vergangenen Jahren kontinuierlich angestiegen, seit 2005 im Durchschnitt um 2,8% pro Jahr. Erst im Jahr 2015 sank der Gesamtumsatz um 0,6% im Vergleich zum Vorjahr. Grund hierfür waren unter anderem sinkende Exportzahlen aufgrund globaler politischer Spannungen. 2016 stieg er wieder um 1,2% auf 28,0 Mrd € (s. Abb. 2).

Abb. 2: Umsatz des produzierenden Ernährungsgewerbes in Bayern
2009 bis 2016 in Mrd. €



Obwohl die Wirtschaftszweige Back- und Dauerbackwaren sowie Schlachten und Fleischverarbeitung mehr Betriebe und eine höhere Anzahl an Beschäftigten verzeichnen, ist die Milchverarbeitung – gemessen am Umsatz – wichtigste Branche des produzierenden Ernährungsgewerbes in Bayern (Tab. 3).

Die Anzahl der Beschäftigten im produzierenden Ernährungsgewerbe Bayerns ist insgesamt in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Im Jahr 2016 ist gegenüber dem Vorjahr ein Anstieg von fast 5% zu vermerken. Damit ist das produzierende Ernährungsgewerbe nach dem Maschinenbau und den Autobauern der dritt wichtigste Arbeitgeber in Bayern. Der überwiegende Anteil der Arbeitskräfte ist in den Teilbranchen Back- und Teigwaren (48.700 Personen), Schlachten und Fleischverarbeitung (19.100 Personen) und in der Milchverarbeitung (17.200 Personen) tätig. Pro Betrieb waren durchschnittlich rund 115 Personen beschäftigt. Für den Durchschnitt des produzierenden Ernährungsgewerbes ergibt sich für Bayern ein Umsatz pro Beschäftigtem von rund 220.000 €. Die Spannweite lag zwischen 62.000 € bei den Backwarenherstellern und 570.000 € bei den Molkereiunternehmen.

Die Zahl der Beschäftigten im produzierenden Ernährungsgewerbe stieg um weitere 5%.

Tabelle 3: Umsätze produzierendes Ernährungsgewerbe in Bayern 2016

Wirtschaftszweig		
	Umsatz in Mrd. €	Beschäftigte
Milchverarbeitung	9,8	17.200
Schlachten und Fleischverarbeitung	4,7	19.100
Herstellung von Backwaren und Dauerbackwaren	3,0	48.700
Herstellung von Bier	2,1	9.800
Obst- und Gemüseverarbeitung	1,3	6.200
Mineralwassergewinnung	1,1	4.400
Herstellung von Futtermitteln	1,0	1.800
Herstellung von Süßwaren	0,7	3.600
Herstellung von Würzen und Soßen	0,6	2.200
Mahl- und Schälmmühlen	0,6	3.100
Herstellung von homogenisierten und diätischen Nahrungsmitteln	0,3	1.100
Übriges Ernährungsgewerbe	2,8	10.100
produzierendes Ernährungsgewerbe zusammen	28,0	127.300

Ein exakteres Bild der Betriebsstrukturen ergibt sich durch die Einteilung der Unternehmen nach Betriebsgrößenklassen. Der Großteil der Betriebe der Nahrungs- und Futtermittelwirtschaft sowie der Getränkeherstellung weist in Bayern weniger als 250 Mitarbeiter auf (s. Abb. 3 und Abb. 4). Der Anteil an Beschäftigten sowie die Umsatzanteile sind zwischen den kleinen und größeren Unternehmen jedoch nahezu ausgeglichen.

Abbildung 3: Betriebsgrößenstrukturen Nahrungs- und Futtermittel (2015)

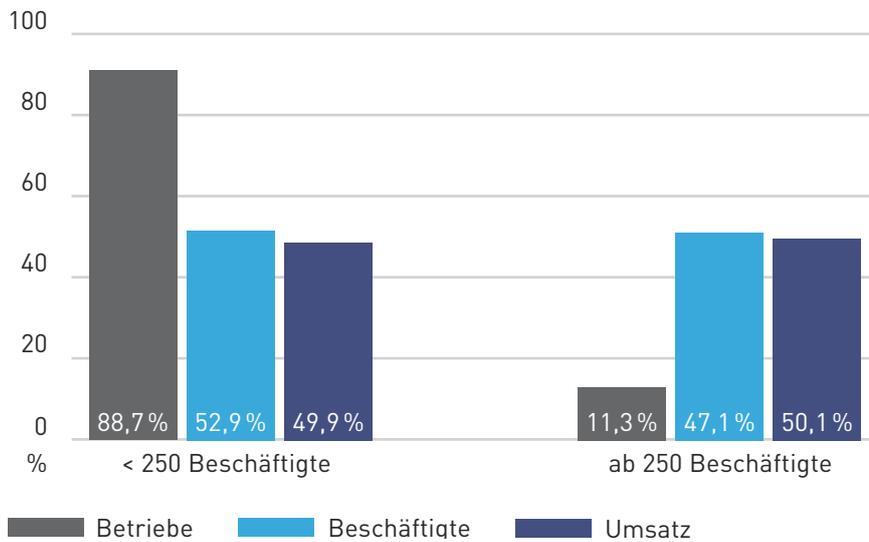
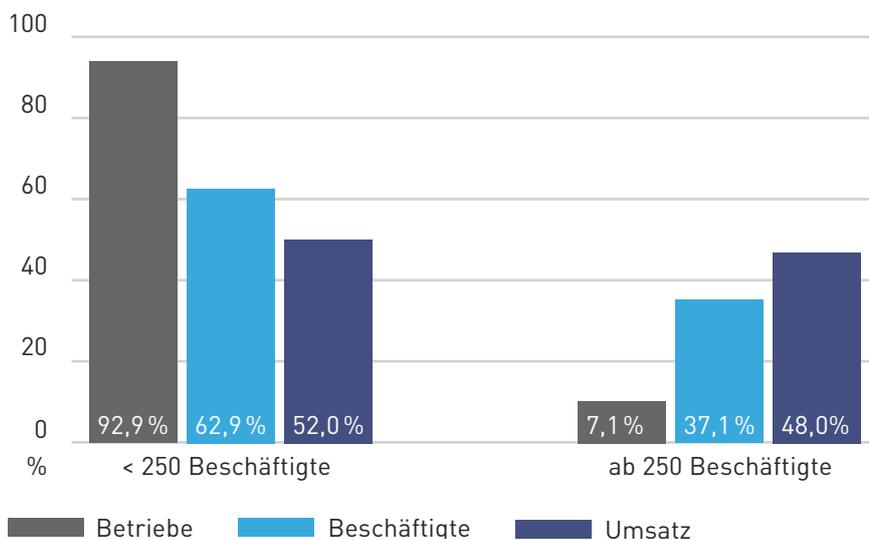


Abbildung 4: Betriebsgrößenstrukturen Getränkeherstellung Bayern (2015)



Die Zahl der Betriebe des produzierenden Ernährungsgewerbes hat 2016 gegenüber der Vorjahresperiode um 78 Stück auf 1.104 zugenommen und belegte im Vergleich zu den anderen Wirtschaftszweigen des gesamten Verarbeitenden Gewerbes den ersten Platz. Innerhalb des produzierenden Ernährungsgewerbes ist die Verteilung unter den einzelnen Wirtschaftssektoren sehr unterschiedlich. Die Back- und Dauerbackwarenbranche vertritt die meisten Betriebe ab 20 Beschäftigten (418). Bei den Schlachtereien und der Fleischverarbeitung sowie der Bierherstellung ist die Anzahl der Betriebsstätten ebenfalls noch dreistellig (232 bzw. 626). Die Milchverarbeitung folgt mit 77 Betrieben an vierter Stelle. Der Durchschnittsumsatz pro Betrieb betrug 2016 im produzierenden Ernährungsgewerbe in Bayern 25,4 Mio. €. In den verschiedenen Wirtschaftszweigen schwanken die Durchschnittsumsätze beträchtlich. Sie liegen bei den zur Veröffentlichung freigegebenen Zahlenangaben zwischen 7,2 Mio. € bei den Backwarenherstellern und 127,3 Mio. € bei den Molkereien. In einigen Betriebszweigen gibt es in Bayern weniger als vier Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten, so dass aus Gründen des Datenschutzes keine Veröffentlichung der Umsätze und der Zahl der Beschäftigten erfolgt. Die Zahl der Betriebe dieser Sektoren wird nachfolgend in Klammern angegeben. Hierzu gehören die Hersteller von Zucker (3), Speiseeis (2), Stärke (2), Teigwaren (2), Apfel- und Fruchtw Wein (1) sowie Wermut (1). Spirituosen werden in sechs Betrieben produziert.

Die hohe Konzentration von großen Lebensmittelunternehmen in Deutschland übt einen hohen Preis- und Wettbewerbsdruck auf die kleinen und mittelständisch organisierten Unternehmen der Ernährungswirtschaft in Bayern aus.



Die anhaltenden Konzentrationsprozesse entlang der Wertschöpfungskette für Lebensmittel sowie die weiterhin starke Konzentration des Einzelhandels sind für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft nach Einschätzung von Experten eine beständige und bestimmende Determinante. **Im Jahr 2015 vereinten die fünf größten Lebensmitteleinzelhandelsketten rund 3/4 der Umsätze auf sich.** Die starken Zuwächse der Discounter, die über ihre Markt- und Preismacht starken Wettbewerb induzieren, gehen insbesondere zu Lasten der traditionellen Handwerksbetriebe.



Agrarwirtschaftliche Rohstoffbasis

Für die Ernährungswirtschaft in Bayern ist – vor allem vor dem Aspekt regionaler Verarbeitung und Vermarktung – die Vielseitigkeit und die hohe Qualität der agrarischen Rohstoffbasis von großer Bedeutung und wichtigste Säule der Produktion. Zu den bedeutendsten agrarwirtschaftlichen Rohstoffen Bayerns gehören Getreide, Rindfleisch sowie in erster Linie die Milch. Zudem werden rund 30 % des weltweit verfügbaren Hopfens in Bayern auf einer Fläche von 15.272 ha (2015) angebaut.

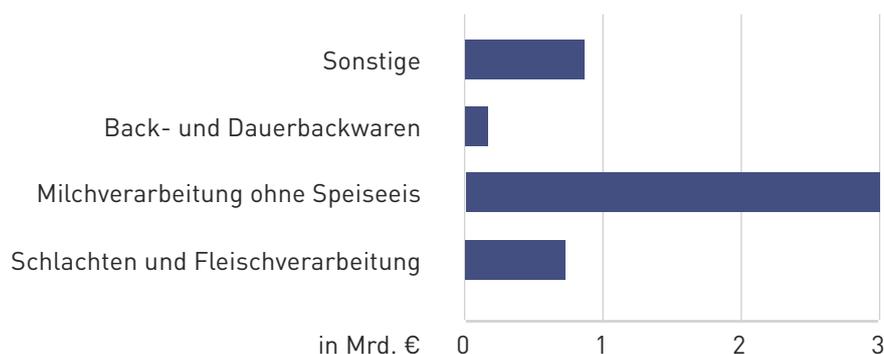
Vor diesem Hintergrund sehen Experten die Sicherung dieser qualitativ hochwertigen Rohstoffbasis in Bayern als eine zentrale Herausforderung der Zukunft.

Internationalisierung

Der Auslandsumsatz (ohne Absatzwege über die Bundesrepublik Deutschland) des produzierenden Ernährungsgewerbes erreichte in Bayern 2015 und 2016 einen Wert von rund 5,6 Mrd. € – jeder fünfte Euro wird damit auf Auslandsmärkten erwirtschaftet. Beim produzierenden Ernährungsgewerbe ist der Exportanteil am Gesamtumsatz mit 19,9 % wegen der vor allem regionalen bayerischen und überregionalen deutschen Absatzmärkte viel geringer als beim Verarbeitenden Gewerbe insgesamt (52,3 %).

In der Milchverarbeitung werden mit knapp 2,8 Mrd. € die höchsten Umsätze im Ausland erwirtschaftet, d. h. rund 28 % (Abb. 5). Hierzu zählt an erster Stelle der Export von Käse (1,4 Mrd. €), gefolgt von Milch und Milcherzeugnissen (1,13 Mrd. €).

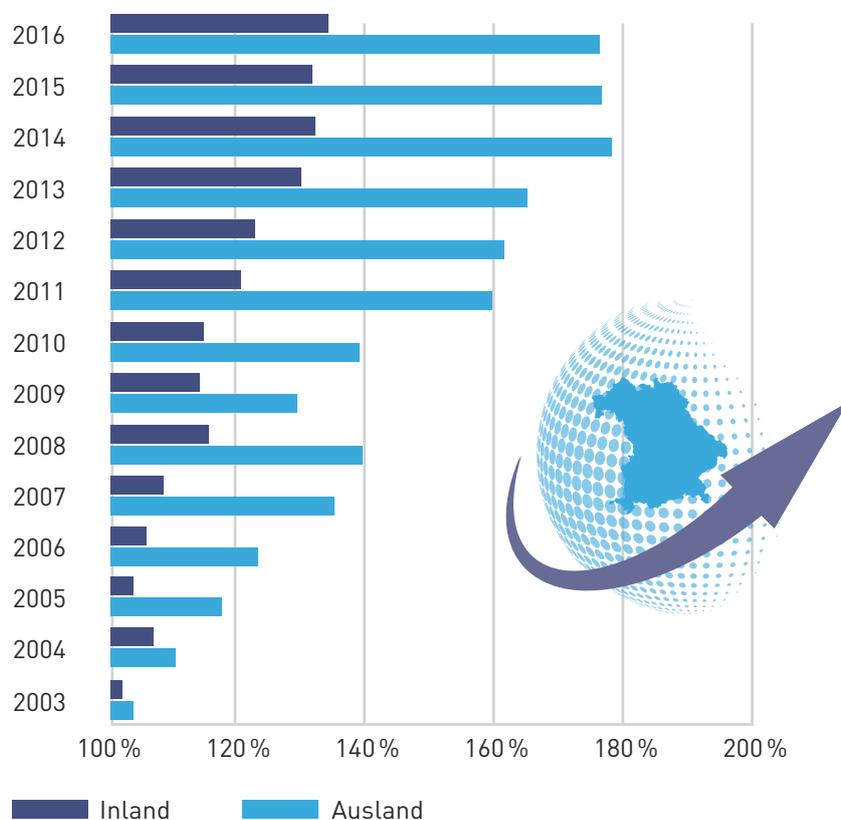
Abbildung 5: Auslandsumsatz des produzierenden Ernährungsgewerbes (2015)



Im Vergleich zum Basisjahr 2002 haben die im Ausland erwirtschafteten Umsätze um knapp 180% zugelegt. Diese prozentuale Steigerung liegt zudem deutlich über dem prozentualen Umsatzanstieg im Inland. Die Abbildung 6 veranschaulicht über einen längeren Zeitraum die Bedeutung der Ausfuhren für die Gesamterlöse.

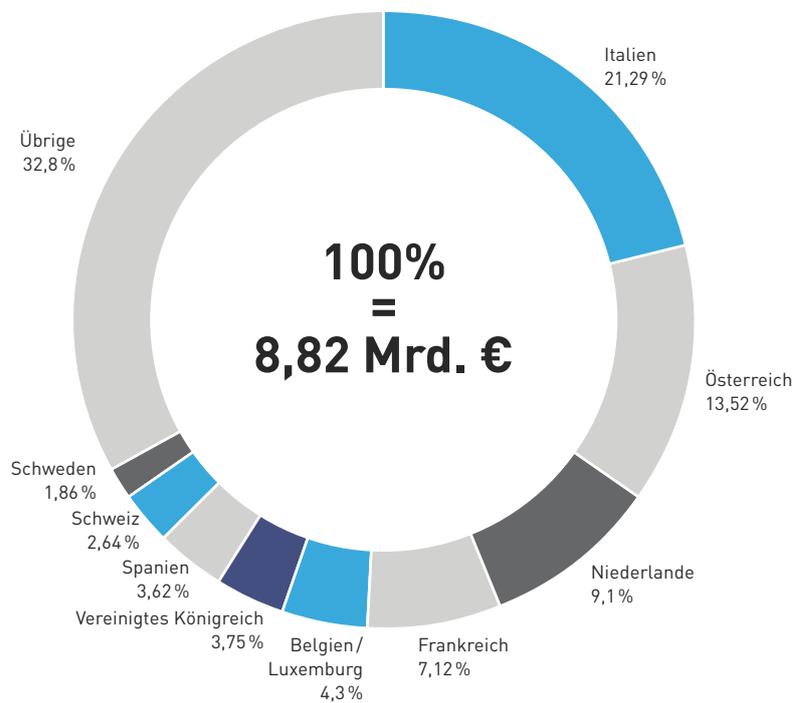
2015 sind die Auslandsumsätze gegenüber dem Vorjahr leicht zurückgegangen (Abb. 6). Der Umsatzrückgang beim Export fiel 2016 mit 0,2% gegenüber dem Vorjahr merklich schwächer aus als 2015 (-1,5%). Auf Grund der vergleichsweise guten wirtschaftlichen Entwicklung im Inland stieg der wertmäßige Binnenabsatz um 1,6%. Ursache für diese Entwicklung sind die politischen Spannungen, insbesondere mit Russland. Diese führen im produzierenden Gewerbe zu einem Umsatzrückgang, während das bayerische Ernährungshandwerk hiervon aufgrund der lokalen Absatzstrukturen weniger stark betroffen ist.

Abbildung 6: Relative Entwicklung der Auslands- und Inlandsumsätze des produzierenden Ernährungsgewerbes Bayerns (2002 = 100%)



Wichtigste Handelspartner Bayerns sind die Länder der europäischen Union (Abb. 7). In Italien (21,3 %), Österreich (13,5 %), den Niederlanden (9,1 %) und Frankreich (7,1 %) wird knapp die Hälfte der Exportumsätze aller bayerischen Agrar- und Ernährungsausfuhren erzielt.

Abbildung 7: Wichtigste Abnehmerländer der bayerischen Agrar- und Ernährungsausfuhren (gemessen am Umsatz 2014)



Quelle: <http://www.aararbericht-2016.bavarn.de/landwirtschaft-laendliche-entwicklung/aararexport.html>



Forschung und Entwicklung (FuE)

Obgleich die Ernährungswirtschaft traditionell eher als innovationsschwach gilt, sind in Bayern die kleinen und mittelständischen Unternehmen bereits gut im FuE-Bereich eingebunden und teilweise hochinnovativ (z. B. Milch-Frischeprodukte). Aufgrund des hohen Preis- und Rationalisierungsdrucks spielen insbesondere Prozessinnovationen eine hervorgehobene Rolle. Als „Innovationstreiber“ zählen auch externe Zulieferer und Dienstleister.

”
Die Innovationsfähigkeit der Zulieferer
von Verpackungsmaterial und von Food
Ingredients birgt Entwicklungspotenziale
für die Ernährungswirtschaft.

Die Zulieferer von Verpackungsmaterial und von Food Ingredients (z. B. Aromen) nehmen dadurch eine zunehmend wichtigere Rolle bei der Entwicklung neuer Produkte und Geschmacksrichtungen ein. Da Bayern in diesem Bereich gut aufgestellt ist und eine hohe Innovationsfähigkeit aufweist, wird gleichzeitig die Forschungs- und Entwicklungsarbeit der bayerischen Ernährungswirtschaft gestärkt. Dieser Prozess ist vor dem Hintergrund der kleinteiligen Wirtschaftsstrukturen eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg der Betriebe.

Neben den betriebsinternen Aufwendungen der Unternehmen für FuE wird in Bayern an circa 75 Hochschulen und außeruniversitären Instituten Forschungsarbeit betrieben.

Marketing durch Markenschutz

Regionale Spezialitäten sind wichtige Merkmale der bayerischen Ernährungswirtschaft, die wirtschaftlich und kulturell von großer Bedeutung sind. Die hohe Nachfrage nach bayerischen Produkten im Ausland wird auch durch die geschützte Herkunftsbezeichnung vieler Erzeugnisse unterstützt. Viele Experten unterstreichen, dass gerade diese Individualität und das positive Image der bayerischen Produkte ein Einstellungsmerkmal für Lebensmittel aus dem Freistaat darstellen.

Um „Trittbrettfahrerverhalten“ und das Nachmachen bayerischer Produkte zu vermeiden, arbeitet Bayern seit über zehn Jahren an einem kontinuierlichen Ausbau des Herkunftsschutzes. Der Freistaat fördert hierbei im Rahmen der europäischen Qualitätspolitik die Eintragung neuer sowie die Aufwertung geschützter Produkte. Anfang 2017 wies Bayern 31 geschützte Produkte im Bereich der Agrarprodukte und Lebensmittel aus. 25 Produkte fallen unter das Siegel der „geschützten geografischen Angabe“ (g.g.A.), 6 Produkte haben eine „geschützte Ursprungsbezeichnung“ (g.U). Hierzu gehören unter anderem das Bayerische Rind, das Bayerische Bier oder der Allgäuer Bergkäse. Hinzu kommen fünf geschützte Weinbauerzeugnisse, 12 geschützte Spirituosen-Spezialitäten und ein aromatisiertes weinhaltiges Getränk.

Rund jedes dritte deutsche Produkt mit EU-Schutzsiegel stammt aus Bayern.

Mit diesen und weiteren Produkten hat es die bayerische Ernährungswirtschaft geschafft, die „Marke Bayern“ aufzubauen, die in ihrem Charakter einzigartig und kulturell von Bedeutung ist. Auch wirtschaftlich ist die Bedeutung der herkunftgeschützten Produkte mit circa 2,5 Mrd. € erheblich.

Ergänzt wird dieser Markenschutz mit Regionalmarken wie dem Siegel für die „Geprüfte Qualität – Bayern“ (GQ-B). Dieses steht für eine regionale Herkunft und zusätzliche Kontrollen der bayerischen Lebensmittel von der Erzeugung bis zum Endverkauf. Es stellt sicher, dass die Interessen der Verbraucher hinsichtlich der Qualität und der Herkunft der Produkte gesichert sind. Ursprünglich galt dieses Qualitätsprogramm nur für Rinder und Rindfleisch, mittlerweile zählen 28 Produktbereiche dazu. An GQ-Bayern nehmen derzeit 432 Zeichennutzer teil, das heißt Hersteller, Verarbeiter oder Abpacker. Zu-

dem sind rund 19.100 Erzeugerbetriebe als Programmteilnehmer zertifiziert. 201 Zeichennutzer sind aus dem Bereich der tierischen Produkte, 231 aus dem pflanzlichen Bereich (IEM, 2016).

Auch das Bio-Siegel des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten kennzeichnet Produkte, die den Verbraucherswünschen nach hoher Bio-Qualität und nachvollziehbarer Herkunft nachkommen. Es erhalten nur Produkte, deren Bio-Qualitätsstandards deutlich über den gesetzlichen Vorgaben liegen und die aus der angegebenen Region stammen. So werden die Trends „Bio“ und „Regional“ verknüpft. 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; das Bio-Siegel mit Regionalbezug (blau) steht für den Zusatz „Bayern“.

Am Bayerischen Bio-Siegel nehmen derzeit 111 Zeichennutzer (Direktvermarkter, Verarbeiter, Abpacker, Händler) teil. Für die Rohstoffherzeugung sind rund 1.100 Erzeugerbetriebe in Bayern zertifiziert (IEM, 2016).



Branchen im Wettbewerb

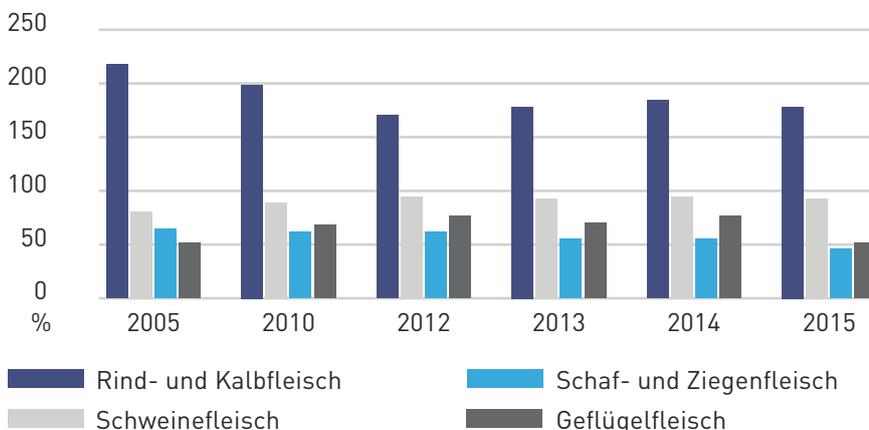
Vor dem Hintergrund zusammenwachsender Märkte agiert die bayerische Ernährungswirtschaft in einem zunehmend intensiveren Wettbewerbsumfeld, das die Entwicklung der Branche mit beeinflusst. Bayerns Betriebe konkurrieren untereinander um Kunden und Absatzchancen für ihre Produkte in Deutschland. Für exportorientierte Unternehmen bemessen sich die jeweiligen Chancen im internationalen Geschäft auch an ihrer Marktposition in der Heimat.

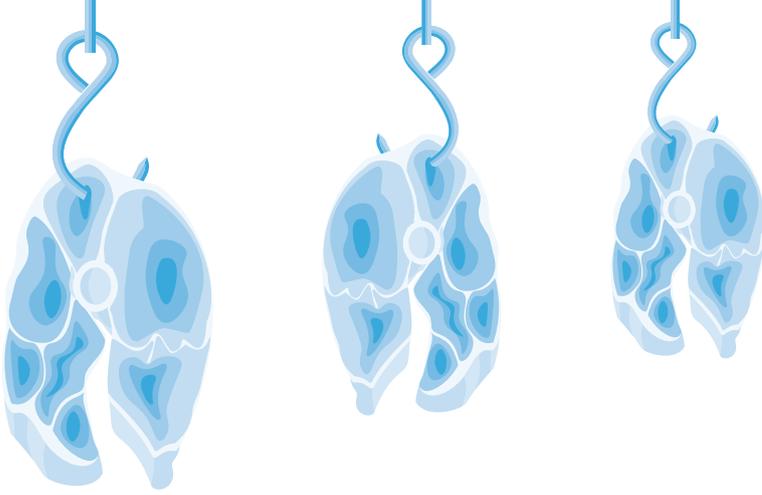
Im folgenden Kapitel werden daher die vier bedeutendsten Teilbranchen der bayerischen Ernährungswirtschaft näher auf ihre Wettbewerbsfähigkeit hin beleuchtet.

Schlachten und Fleischverarbeitung

Der Selbstversorgungsgrad der landwirtschaftlichen Rind- und Kalbfleischerzeugnisse in Bayern liegt über dem eigenen Verbrauch, ist aber in den vergangenen Jahren rückläufig (siehe Abb. 8). Überschüssiges Rindfleisch muss auf anderen Märkten angeboten und exportiert werden. In den übrigen Fleischerzeugnissen (Schwein, Geflügel, Schaf, Ziege) liegt der Selbstversorgungsgrad unter 100 % – die eigene Nachfrage ist in diesen Bereichen nicht gedeckt und muss durch Importware ergänzt werden.

Abbildung 8: Selbstversorgungsgrad landwirtschaftlicher Fleischerzeugnisse

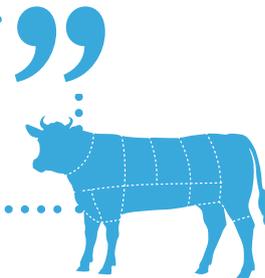




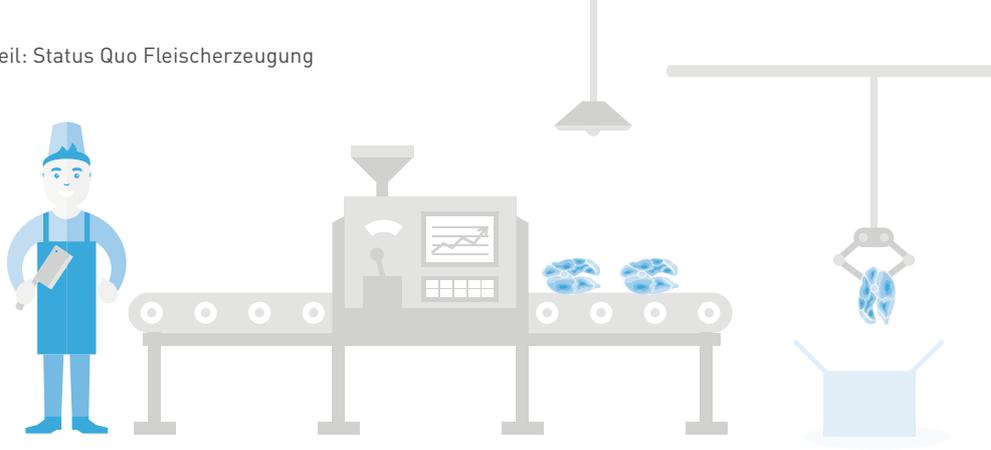
Betriebe der Schlachtung sowie der Fleischverarbeitung sind in allen Regionen des Freistaats Bayern präsent. In Niederbayern liegt der Fokus auf der Schweineerzeugung, in Oberbayern und Schwaben auf der Rindererzeugung.

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. Kleinere Handwerksmetzgereien mit nur einem Verkaufsladen haben in Süddeutschland daher nach wie vor einen hohen Stellenwert.

In Bayern ist das Fleischerhandwerk mit 5.714 stationären Verkaufsstellen am Markt präsent.



Im Metzgerhandwerk gab es nach Veröffentlichungen des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks und des Statistischen Landesamtes in Bayern 2016 noch 3.857 Betriebe (-3,3%) mit rund 4,09 Mrd. € Jahresumsatz (+1,2%) und 37.360 Beschäftigten (+0,4%). Damit erlöste ein Handwerksbetrieb im Durchschnitt 1,06 Mio. € und beschäftigte nahezu zehn Mitarbeiter. Zur Verbesserung der Marktstellung wirbt das Fleischerhandwerk mit einer ganzheitlichen Begriffsbestimmung von Regionalität als Verbindung der örtlichen Erzeugung mit der Verarbeitung, Vermarktung, Schaffung und Erhalt von Arbeitsplätzen sowie der Nahversorgung der Verbraucher. Dank Imbiss und ‚Heißer Theke‘ in Metzgereien, Catering mit Party-Service (etwa 60% der Metzgereien bieten einen Catering-Service an) sowie dem Einsatz mobiler Verkaufsstände auf



Wochenmärkten und für den Tourendienst wurden neue Absatzkanäle erschlossen und die Marktstellung verbessert. Zudem sind in Bayern auch zahlreiche der 100 größten Unternehmen der Fleischverarbeitung angesiedelt, nach NRW und Niedersachsen die drittmeisten in Deutschland.

Weniger Metzger mit mehr Umsatz ”

Trotz sinkender Betriebszahlen sowohl im Fleischergewerbe (Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeitern) als auch im Metzgerhandwerk steigt die Produktion: der Umsatz des Fleischergewerbes stieg um 3,7% im Vergleich zum Vorjahr auf 4,7 Mrd. €, im Metzgerhandwerk kam es zu einem Anstieg um 1,2% auf 4,09 Mrd. €. Herbeigeführt wurde die Erhöhung vor allem durch die um rund 34% gestiegenen Schlachterlöse bei Geflügelfleisch, nachdem die Firma Wiesenhof nach dem Brandschaden im Vorjahr in Bogen den Schlachtbetrieb wieder aufgenommen hat. Gründe für die Konzentration sind der zunehmende Preisdruck oder auch eine ungeklärte Nachfolge bei kleineren Familienbetrieben. Hinzu kommen verschiedene neue Richtlinien (z. B. die EU-Hygienerichtlinie), die ursächlich für die Aufgabe kleinerer Betriebe sind. **Die genannten Entwicklungen gehen daher nach Experteneinschätzung vor allem zulasten des Metzgerhandwerks, das sich in Bayern traditionell durch besonders kurze Transportwege, handwerkliche Schlachtung und eine Versorgung der Verbraucher mit Frischware von besonders hoher Qualität auszeichnet. Diese Stärke der bayerischen Ernährungswirtschaft kann somit in Zukunft an Bedeutung verlieren.** Dennoch ist die Bedeutung des Metzgerhandwerks in Bayern im Vergleich zu anderen Bundesländern unvermindert groß.

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. Tab. 5). Auch in den meisten neuen Bundesländern führten Konzentrations- und Rationalisierungsprozesse in den zurückliegenden Jahren dazu, dass die Region als Ganzes 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 agiert.

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

Land	 Mittlere Größe pro Betrieb (in Mitarbeitern)	 Mittlerer Umsatz pro Betrieb (in Mio. €)	 Arbeitsproduktivität in Mio. € (Umsatz pro Mitarbeiter)
Bayern	84,26	20,83	0,25
Thüringen	81,72	16,08	0,2
NRW	94,44	54,77	0,58
Schleswig-Holstein	78,33	32,73	0,42
Mecklenburg-Vorpommern	86,03	24,23	0,28
Niedersachsen	156,72	64,78	0,41
Alte Bundesländer	82,65	31,66	0,38
Neue Bundesländer	71,78	21,42	0,3

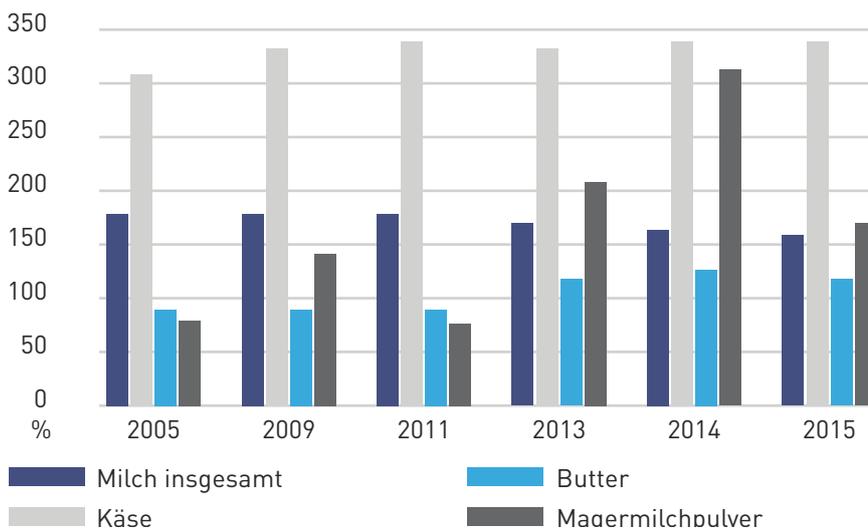
Milchverarbeitung

In Bayern wird aus der produzierten Milch eine Vielfalt von Produkten hergestellt: 2016 belief sich die Produktion auf 1,16 Mio. t Milchlischerzeugnisse, 0,87 Mio. t Konsummilch, 0,09 Mio. t Butter sowie 0,08 Mio. t Trockenmilcherzeugnisse. Mit 1 Mio. t erzeugtem Käse ist Bayern auch „Käseland Nummer 1“ in Deutschland.

Für die Milchindustrie ist der Export von existenzieller Bedeutung.

Der Selbstversorgungsgrad an Milcherzeugnissen insgesamt liegt im Freistaat erheblich über dem eigenen Verbrauch (Abb. 9). Insbesondere beim Käse wurde in den vergangenen zehn Jahren beständig ein Wert von über 300% erreicht und ist damit höher als in allen anderen Branchen der Ernährungswirtschaft in Bayern. Die Selbstversorgungsgrade in den Produktgruppen Butter und Milchpulver lag 2015 über der Schwelle von 100%. Die Schwerpunkte der Milchverarbeitung liegen im Allgäu, Oberbayern und der Oberpfalz.

Abbildung 9: Selbstversorgungsgrad landwirtschaftlicher Milcherzeugnisse



Die Milchverarbeitung hat – trotz leichten Verlusten um 3,3% gegenüber dem Vorjahr – in Bayern einen Anteil am Gesamtumsatz des produzierenden Ernährungsgewerbes von über einem Drittel (34,9%) und liegt in der (regionalen) Bedeutung damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt (13,2%).



In wettbewerbsrelevanten Kennziffern (Umsatz je Betrieb bzw. Mitarbeiter) liegen die Unternehmen in Bayern annähernd im Durchschnitt der alten und neuen 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 (vgl. Tabelle 6). Zu beachten ist, dass in diese Betrachtung lediglich größere Betriebe (ab 20 Mitarbeiter) einfließen.

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

Land	Mittlere Größe pro Betrieb (in Mitarbeitern)	Mittlerer Umsatz pro Betrieb (in Mio. €)	Arbeitsproduktivität in Mio. € (Umsatz pro Mitarbeiter)
Bayern	217,91	131,16	0,6
Thüringen	103,17	51,67	0,5
NRW	128,14	89,33	0,7
Schleswig-Holstein	106,89	108,78	1,02
Mecklenburg-Vorpommern	130,67	79,08	0,61
Niedersachsen	373,59	250,32	0,67
Alte Bundesländer	208,84	122,53	0,59
Neue Bundesländer	158,49	95,77	0,6

Die bayerische Milchverarbeitung hat sich auf die Herstellung von innovativen und hochpreisigen Frische- und Käseerzeugnissen spezialisiert und hat sich damit eine vergleichsweise gute Marktstellung erarbeitet. Sie kann daher im Schnitt geringfügig höhere Preise bezahlen und ist krisenfester als die vom Weltmarkt abhängigen Milchpulverherstellungsregionen.

Herstellung von Backwaren

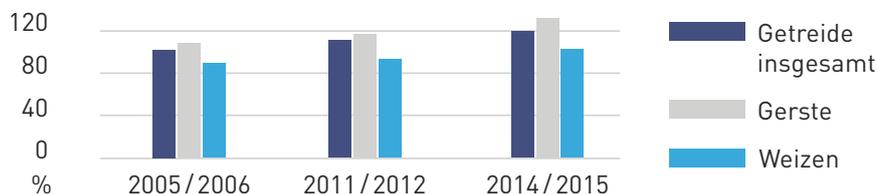
Die Hersteller von Backwaren und Dauerbackwaren verkauften 2016 Erzeugnisse im Wert von rund 3,0 Mrd. € und konnten trotz des intensiven Wettbewerbs ein Wachstum von 4,8% erreichen. Ein Grund für die erfolgreiche Entwicklung der Herstellung von Backwaren in Bayern liegt in der soliden heimischen Rohstoffbasis. Hinzu kommt die Vielzahl an eingetragenen Handwerksbäckereien in Bayern bei denen sich der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 2,7% auf 3,45 Mrd. € gesteigert hat.

Sinkender Pro-Kopf-Verbrauch und überdurchschnittlich wachsender Backwarenmarkt bedeuten Wachsen oder Weichen.

Im gleichen Zeitraum hat dagegen die Zahl der Handwerksbäckereien um 2,6% auf 2.539 abgenommen, während die Zahl der Beschäftigten auf 61.030 (+1,3%) stieg. Im Durchschnitt erzielte eine bayerische Bäckerei einen Umsatz von 1,36 Mio. € und beschäftigte 24 Mitarbeiter. Mit rund 7.600 Verkaufsstellen (Hauptgeschäfte und Filialstandorte) sichert das Bäckerhandwerk die wohnortnahe Lebensmittelversorgung. In dem wettbewerbsintensiven Markt mit einem rückläufigen Pro-Kopf-Verbrauch für Brot können die Handwerksbäckereien nur mit ausgezeichneter Qualität, Originalität und einer individuellen Sortimentsvielfalt bestehen. Das Bäckerhandwerk ist Umsatzspitzenreiter im Marktsegment Quick-Service-Restaurant (Snacks und Kaffee) des Außer-Haus-Marktes.

Ein besonderes Merkmal in der Produktgruppe Getreide ist der Selbstversorgungsgrad (Abb. 10), der in den vergangenen Jahren beständig über 100% lag. Das ist die Grundlage für die hohe Qualität und die vielseitigen, regionalen Produkte in der Backwarenherstellung. Im Vergleich der bayerischen Regionen sind die Herstellungsbetriebe von Backwaren unterschiedlich verteilt. In den südlichen Gebieten des Freistaats sowie in Unterfranken sind vermehrt Unternehmen des produzierenden Gewerbes ansässig. Die handwerklich orientierten Betriebe sind demgegenüber stärker in der gesamten Fläche, vor allem in Ober- und Mittelfranken, präsent.

Abbildung 10: Selbstversorgungsgrad Getreide



Im Vergleich ausgewählter Regionen des Bundesgebiets weist das produzierende Gewerbe für Backwaren in Bayern eine eher geringe Arbeitsproduktivität auf (vgl. Tab. 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. In diese Betrachtung wurden lediglich größere Betriebe (ab 20 Mitarbeiter) einbezogen, 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			
	Mittlere Größe pro Betrieb (in Mitarbeitern)	Mittlerer Umsatz pro Betrieb (in Mio. €)	Arbeitsproduktivität in Mio. € (Umsatz pro Mitarbeiter)
Bayern	120,71	7,58	0,06
Baden-Württemberg	72,99	5,63	0,08
Thüringen*	93,78	8,43	0,09
NRW	67,63	10,50	0,16
Schleswig-Holstein	56,67	5,75	0,1
Mecklenburg-Vorpommern	92,69	8,20	0,09
Niedersachsen	148,04	14,06	0,09
Alte Bundesländer	75,16	7,82	0,1
Neue Bundesländer	75,86	7,89	0,1

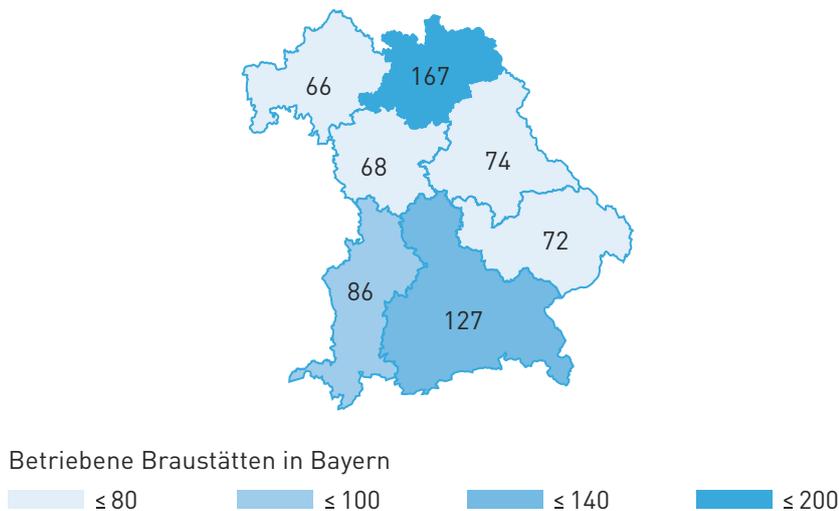
* Keine Angabe von Teigwaren vorhanden

Herstellung von Bier

Die Getränkewirtschaft ist eine der zentralen Wirtschaftszweige der bayerischen Ernährungswirtschaft. Mit Abstand die höchste wirtschaftliche – und kulturelle – Bedeutung kommt hierbei dem Bier zu: In Bayern werden rund 40 verschiedene Biersorten und circa 4.000 Markenbiere hergestellt. Fast 70% aller deutschen Biermarken werden damit im Freistaat gebraut. Die Brauereien in Bayern erzielten 2016 einen Umsatz von rund 2,1 Mrd. €. Das um 2,1% wertmäßig gestiegene Exportgeschäft der bayerischen Brauereien half den Gesamtumsatz im Vergleich zum Vorjahr auf 1,0% zu steigern. Der inländische Bier-Pro-Kopf-Konsum sank im Jahresvergleich um 1,8% auf 104,1 Liter.

Im bundesdeutschen Vergleich weist der Freistaat Bayern mit Abstand die meisten (626) Braustätten auf (Abb. 12). Mehr als ein Viertel ist in Oberfranken beheimatet (167 Braustätten, s. Abb. 11), gefolgt von Oberbayern (127) und Schwaben (86).

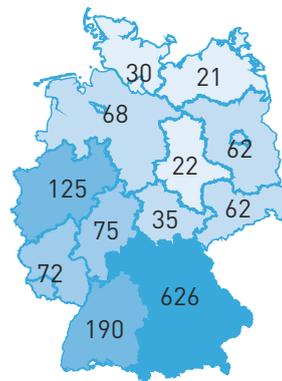
Abb. 11: Braustätten in Bayern 2015



Die Brauereiwirtschaft ist im nationalen Vergleich kleinteilig mit vielen selbstständigen Unternehmen organisiert. Mit knapp einem Fünftel der Braustätten erreicht Nordrhein-Westfalen einen nahezu vergleichbar hohen Bierabsatz wie Bayern (22 Mio. Hektoliter (hl) zu 24 Mio. hl).

In den vergangenen 10 Jahren ist die Anzahl an Braustätten in Bayern konstant geblieben und in den letzten beiden Jahren sogar leicht angestiegen. Diese Entwicklung ist als Folge der Stilllegungen traditioneller Braustätten und der Neugründung von Gasthausbrauereien und Kleinbrauereien („Craft-Brauerei“) zu interpretieren.

Abb. 12: Braustätten nach Bundesländern 2015



Braustätten nach Bundesländern 2015



Die Eigenversorgung der agrarischen Rohstoffbasis in Bayern ist ein wesentlicher Wettbewerbsfaktor: Hallertau und Spalt sind die bundesweit bedeutendsten Hopfenbaugebiete, rund 30% der weltweiten Hopfenanbaufläche befindet sich in Bayern. Die Brauereien des Freistaats können damit auf eine gesicherte Rohstoffquelle von hoher Qualität zurückgreifen, die im stark internationalisierten Marktumfeld der großen Brauerei-Konzerne unverzichtbar für die heimischen Betriebe ist. Feststellbar ist, dass aufgrund der Kleinteiligkeit des Brauereiwesens Brauereien in Bayern einen geringeren Umsatz je Betrieb und Mitarbeiter im Vergleich zum Bundesdurchschnitt aufweisen (vgl. Tab. 8).

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

Land	Mittlere Größe pro Betrieb (in Mitarbeitern)	Mittlerer Umsatz pro Betrieb (in Mio. €)	Arbeitsproduktivität in Mio. € (Umsatz pro Mitarbeiter)
Bayern	86,12	18,76	0,22
Thüringen	68,10	15,70	0,23
Alte Bundesländer	107,82	30,00	0,28
Neue Bundesländer	96,22	35,72	0,37

Analysen

Auf Basis der Auswertung verschiedener Sekundärquellen sowie der geführten Experteninterviews wurden nachfolgende Schwächen, Stärken, Chancen und Risiken für die Ernährungswirtschaft in Bayern herausgearbeitet. Diese markieren den aktuellen Stand der Ernährungswirtschaft im Freistaat und geben einen Ausblick auf zukünftige Potenziale und Herausforderungen.

Stärken

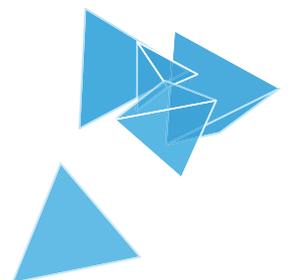
Exzellente Rohstoffbasis

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.

Gefestigter, in der Region verwurzelter Mittelstand

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 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.

Ausgeprägter Regionalgedanke, Traditions- und Qualitätsbewusstsein

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.

Image

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.

Marketing durch Herkunftsschutz

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.

Gut ausgebildete Fachkräfte und starke Forschungslandschaft

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.

Hohe Innovationsstärke

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

Ausgebautes Infrastrukturnetz

Zu den förderlichen Rahmenbedingungen ist auch die für Unternehmen der Ernährungswirtschaft bedeutsame logistische Infrastruktur zu zählen. Bayern verfügt u. a. über ein gut ausgebautes Verkehrswegenetz, 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.

Cluster und Netzwerke

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.

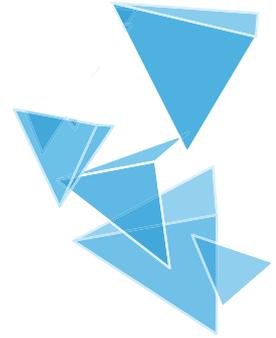
Schwächen

Kleinteilige Struktur der Wirtschaft

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. Wenngleich 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.



Fehlende Strukturen des Risiko- und Krisenmanagements

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.

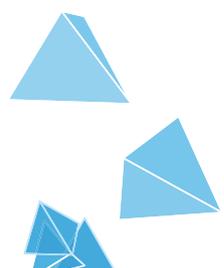
Hoher Wettbewerbs- und Preisdruck

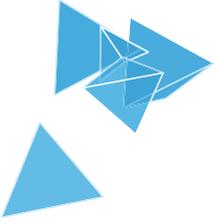
Neben den kleinen Unternehmen haben in der bayerischen Ernährungswirtschaft in den vergangenen Jahren auch große Lebensmittelhändler stärker an Bedeutung gewonnen. Mit den großen Handelskonzernen hat sich der Wettbewerb in der Ernährungsbranche deutlich verstärkt.

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.

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.





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.

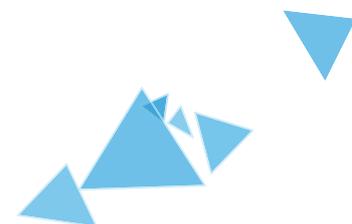
Fehlender Nachwuchs

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.

Chancen

Bedienen von Markttrends

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.



Cross-Cluster: Tourismus

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.

Integration von Zuwanderern

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.

Export

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

Produktinnovationen

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 Lebensmitteln beschäftigen.

Ausbau der Marke Bayern

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.

Qualitätssicherung

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 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.

Risiken

Entwertung des Images

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.

Weiter zunehmender Mangel an Fachkräften

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.

Preis- und Nachfragemacht des LEH

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.

Volatilität der Kosten

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 nur sehr begrenzt an den Verbraucher weitergegeben werden können.

Traditionelle Branche vs. Akzeptanzänderung in der Bevölkerung

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.

Zunehmende Preissensibilität

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.

Zusammenfassung und Fazit

Die Verkaufserlöse des produzierenden Ernährungsgewerbes in Bayern stiegen 2016 auf ein Rekordhoch, knapp ein Fünftel davon stammte vom 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 Gesamteinnahmen 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, während die Summe der Beschäftigten anstieg.

Vor allem auf Grund der vergleichsweise guten wirtschaftlichen Entwicklung im Inland erreichte der Umsatz beim produzierenden Ernährungsgewerbe und 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 die Auslandsverkäufe mit einer Zunahme um 8,8 % überdurchschnittlich beitrugen.

Für das Gesamtjahr 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 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.





