

Maack, Klaus; Beile, Judith; Schott, Stefan; Voß, Eckhard

Book

Zukunft der Süßwarenindustrie

edition der Hans-Böckler-Stiftung, No. 218

Provided in Cooperation with:

The Hans Böckler Foundation

Suggested Citation: Maack, Klaus; Beile, Judith; Schott, Stefan; Voß, Eckhard (2008) : Zukunft der Süßwarenindustrie, edition der Hans-Böckler-Stiftung, No. 218, ISBN 978-3-86593-100-9, Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/116449>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Wirtschaft und Finanzen

Klaus Maack • Judith Beile
Stefan Schott • Eckhard Voß

Zukunft der Süßwarenindustrie

Klaus Maack, Judith Beile
Stefan Schott, Eckhard Voß

Zukunft der Süßwarenindustrie

edition 218

Klaus Maack, Judith Beile,
Stefan Schott, Eckhard Voß

Zukunft der Süßwarenindustrie



Klaus Maack, Geschäftsführer bei Wilke, Maack und Partner | wmp consult.

Seit Anfang der neunziger Jahre Unternehmensberater sowie Projektleiter in nationalen und internationalen Kooperations- und Forschungsprojekten. U.a. mehrere branchenspezifische Forschungsprojekte zu den Auswirkungen von Strukturwandel, EU-Osterweiterung und Internationalisierung auf die Beschäftigungsentwicklung in der deutschen und europäischen Ernährungswirtschaft.

Dr. Judith Beile, Beraterin bei Wilke, Maack und Partner | wmp consult. Mitarbeiterin und Projektleiterin in internationalen Kooperationsprojekten im Ostseeraum, Branchenstudien in der Ernährungswirtschaft sowie Forschungs- und Beratungsprojekte in den Bereichen Gender, Unternehmenskultur und Organisationsentwicklung.

Stefan Schott, Student der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Rostock und Werkstudent bei Wilke, Maack und Partner | wmp-consult.

Eckhard Voß, Berater bei Wilke, Maack und Partner | wmp consult. Seit Mitte der neunziger Jahre Mitarbeiter und Projektleiter in zahlreichen nationalen und internationalen Kooperations- und Forschungsprojekten zu Fragen von Strukturwandel, Restrukturierung, Mitarbeiterbeteiligung und Unternehmenskultur, u.a. in Branchen der Ernährungswirtschaft.

© Copyright 2008 by Hans-Böckler-Stiftung

Hans-Böckler-Straße 39, 40476 Düsseldorf

Produktion: Setzkasten GmbH, Düsseldorf

Printed in Germany 2008

ISBN: 978-3-86593-100-9

Bestellnummer: 13218

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere die des öffentlichen Vortrages, der Rundfunksendung, der Fernsehausstrahlung, der fotomechanischen Wiedergabe, auch einzelner Teile.

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Tabellen	8
Verzeichnis der Abbildungen	8
Kurzfassung	11
1 Einleitung	13
2 Ausgangslage und Entwicklungstrends	15
2.1 Kurzprofile der Süßwarenindustrie und ihrer Sparten	15
2.1.1 Süßwaren	15
2.1.2 Feine Backwaren	18
2.1.3 Speiseeis	19
2.2 Umsatz- und Absatzentwicklung in der deutschen Süßwarenindustrie	20
2.3 Konsumententwicklung und Gesundheitstrends	26
2.3.1 Pro-Kopf-Verbrauch und Preise	26
2.3.2 Gesundheits- und Wellnesstrend	35
2.3.3 Gesundheitsgefahren	36
2.4 Rolle und Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels (LEH)	39
2.5 Rohstoffentwicklung	44
2.5.1 Rohstoffmärkte	44
2.5.2 Zuckerproduktion in der EU	46
2.5.3 EU-Zuckermarktreform	48
2.6 Im-/Export und internationaler Markt	51
2.7 Deutsche Süßwarenindustrie im europäischen Vergleich	55
2.7.1 Produktion im europäischen Vergleich	55
2.7.2 Konsum im europäischen Vergleich	57
2.8 Strukturwandel und Konzentration	62
2.9 Beschäftigungsentwicklung in der Süßwarenindustrie	68
2.9.1 Entwicklung der Beschäftigung 2000 bis 2006	69
2.9.2 Beschäftigungstrends nach Unternehmensgröße	71
2.9.3 Beschäftigungsentwicklung im Ost-West-Vergleich	73

2.9.4	Veränderungen in der Altersstruktur der Beschäftigten	75
2.9.5	Entwicklung der Anteile von Arbeitern und Angestellten an der Beschäftigung	78
2.9.6	Entwicklung der Qualifikationsstruktur der Beschäftigten	79
2.9.7	Entwicklung der Geschlechterstrukturen	81
2.9.8	Entwicklung der Beschäftigung von ausländischen ArbeitnehmerInnen	82
2.9.9	Entwicklung der Teilzeitbeschäftigung und der geringfügig Beschäftigten	83
3	Spezifika der Süßwarenindustrie	85
3.1	Standort Deutschland	85
3.2	Inhabergeführte Unternehmen	86
3.3	Qualifikationsentwicklung	88
3.4	Arbeitszeitflexibilisierung	90
3.5	Gesundheitstrends	91
4	Zusammenfassung: Entwicklungschancen und -risiken	95
5	Ausblick 2015: Perspektiven der deutschen Süßwarenindustrie	101
5.1	Perspektiven der Beschäftigungsentwicklung	101
5.2	Prognosen der Umsatzentwicklung	103
5.3	Entwicklungsperspektiven im West-Ost-Vergleich	105
5.4	Herausforderungen infolge des demografischen Wandels	105
5.5	Anforderungen und Perspektiven der Qualifikationsentwicklung	108
6	Quellenverzeichnis	111
7	Anhang	113
7.1	Gesundheitspolitik	113
7.1.1	EU-Ebene: Health-Claims-Verordnung	113
7.1.2	Nationale Ebene	116

8 Anlage:	
Übersicht der durchgeführten Expertengespräche	121
Unternehmen der Süßwarenindustrie (Geschäftsleitungen/Betriebsräte)	121
Verbände und Institutionen	121
Selbstdarstellung der Hans-Böckler-Siftung	127

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1:	Süßwarenproduktion in der Bundesrepublik Deutschland in t	25
Tab. 2:	Die führenden Werbetreibenden der Süßwarenbranche 2004	35
Tab. 3:	Zuckerhersteller und Zuckerfabriken in der EU-25 2004/05	47
Tab. 4:	Abnehmerländer von deutschen Süßwaren 2006	52
Tab. 5:	Lieferländer von Süßwaren nach Deutschland 2006	54
Tab. 6:	Produktion von Schokoladewaren im europäischen Vergleich	55
Tab. 7:	Produktion von Feinen Backwaren im europäischen Vergleich	56
Tab. 8:	Produktion von Zuckerwaren im europäischen Vergleich	57
Tab. 9:	Zeitplan zur Verordnung (EG) Nr. 1924/2006	115

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1:	Umsatzentwicklung in der Süßwarenindustrie	21
Abb. 2:	Umsatzentwicklung in der Süßwarenindustrie, Indexkurve	22
Abb. 3:	Umsatzentwicklung Feine Backwaren in Ost und West	23
Abb. 4:	Umsatzentwicklung Süßwaren in Ost und West	24
Abb. 5:	Pro-Kopf Verbrauch in Deutschland in kg	27
Abb. 6:	Pro-Kopf Verbrauch in Deutschland in Euro	27
Abb. 7:	Produktion von Schokoladewaren	28
Abb. 8:	Produktion von Zuckerwaren	30
Abb. 9:	Produktion von Knabberartikeln	31
Abb. 10:	Produktion von Feinen Backwaren	32
Abb. 11:	Produktion von Speiseeis	34
Abb. 12:	Süßwarenverkauf in Deutschland 2004	39
Abb. 13:	Konzentration im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	40
Abb. 14:	Top 10 im Lebensmitteleinzelhandel nach Gesamtumsatz 2006	41
Abb. 15:	Entwicklung der Vertriebschienen 2006/07	41
Abb. 16:	Impulsstarke Kategorien	43
Abb. 17:	Entwicklung des Auslandsumsatzes	51
Abb. 18:	Entwicklung des Auslandsumsatzes Feine Backwaren	53
Abb. 19:	Entwicklung des Auslandsumsatzes Süßwaren	53
Abb. 20:	Pro-Kopf-Verbrauch von Schokoladewaren in kg	58
Abb. 21:	Pro-Kopf-Verbrauch von Zuckerwaren in kg	59
Abb. 22:	Pro-Kopf-Verbrauch von Feinen Backwaren in kg	60
Abb. 23:	Europäisches Preisbarometer Süßwaren	61
Abb. 24:	Beschäftigte nach Größenklassen 2005	63

Abb. 25: Umsatz (2006) und Bruttowertschöpfung (2005) je Beschäftigten	64
Abb. 26: Entwicklung der Anzahl der Betriebsstätten in der Süßwaren- industrie 2000 bis 2006	65
Abb. 27: Entwicklung in der Betriebsgrößenstruktur der Süßwarenindustrie in Deutschland	66
Abb. 28: Beschäftigungsentwicklung der Süßwarenindustrie 2000 – 2006	70
Abb. 29: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Süßwarenindustrie 2000 – 2006 im Vergleich zum Ernährungs- gewerbe und der Gesamtbeschäftigung (2000 = 100)	71
Abb. 30: Veränderung der Beschäftigungsanteile nach Unternehmens- größenklassen 2002 – 2005	73
Abb. 31: Beschäftigungsentwicklung 2000 – 2004 im Ost-West Vergleich	75
Abb. 32: Altersstruktur der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Süßwarenindustrie 2006	77
Abb. 33: Angestellten-/Arbeiteranteile an der Gesamtbeschäftigung der Süßwarenindustrie im West-Ost-Vergleich 2004	79
Abb. 34: Qualifikationsstrukturen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Süßwarenindustrie 2000 und 2006	81
Abb. 35: Entwicklung des Frauenanteils an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Teilbranchen der Süßwarenindustrie 2000 – 2006 (%)	82
Abb. 36: Entwicklung des Ausländeranteils an den sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigten in den Teilbranchen der Süßwarenindustrie 2000 – 2006 (%)	83
Abb. 37: Anteil der Teilzeitbeschäftigten an der Gesamtbeschäftigung 2005 (%)	84
Abb. 38: Prognose Beschäftigungsentwicklung bis 2015	102
Abb. 39: Prognose Umsatzentwicklung bis 2015	104
Abb. 40: Prognose Anteil von unter 25-Jährigen in der Süßwarenindustrie	106
Abb. 41: Prognose Anteil von über 50-jährigen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Süßwarenindustrie	107
Abb. 42: Zielmodell »1 plus 4« des BMELV zur erweiterten Nährwert- information	118

Kurzfassung

Deutschland ist der größte Produzent, Konsument und Exporteur von Süßwaren in der EU. Die Süßwarenindustrie und alle ihre Teilbranchen haben seit dem Jahr 2000 ein Umsatzwachstum von 15 bis 20 Prozent verzeichnen können. Allerdings verlief die Entwicklung in den drei Teilbranchen Süßwaren, Feine Backwaren und Speiseeis unterschiedlich. Während die Feinen Backwaren in den Jahren 2005 und 2006 noch leicht zulegen konnten, waren die Umsätze in den Bereichen Speiseeis seit 2004 und Süßwaren seit 2005 rückläufig. Dabei verlief die Entwicklung in Westdeutschland tendenziell schlechter als in Ostdeutschland.

Insgesamt hat sich die Beschäftigung in der Süßwarenindustrie in den letzten Jahren vergleichsweise stabil entwickelt. Bei einer Fortschreibung der Entwicklung bis zum Jahr 2015 ergibt sich eine Beschäftigtenzahl von knapp über 50.000 – ca. 3.700 Arbeitsplätze weniger als 2006. Unter Berücksichtigung der aktuellen Rahmenbedingungen, sowie den Bedingungen, unter denen sich die Süßwarenindustrie in den letzten Jahren entwickelt hat, wird jedoch deutlich, dass dieses Szenario nur eintreten wird, wenn eine Reihe weiterer Voraussetzungen gegeben sind.

Die Süßwarenbranche in Deutschland ist überwiegend mittelständisch und durch eine große Anzahl von inhabergeführten Unternehmen mit relativ starker Standortbindung geprägt. Der Generationswechsel hat bisher nicht zu einem beschleunigten Strukturwandel geführt. Große Konzentrationsprozesse hat es in den vergangenen Jahren nicht gegeben. Gegenüber dem Jahre 2000 hat sich die Zahl der Betriebe in der Branche praktisch nicht verändert.

Wachstum generiert die Süßwarenindustrie im Wesentlichen im Außenhandel bzw. im Ausland. Besonders der Markt in Osteuropa liefert hohe Wachstumsraten, allerdings von einem relativ niedrigen Umsatzniveau ausgehend. Wachstum auf dem deutschen Markt erfordert i.d.R. eine Verdrängung von Konkurrenzprodukten. Eine Ausnahme bilden zur Zeit einige fettreduzierte oder zuckerfreie Produkte, die das Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher ansprechen und neue Kundenkreise erschließen. Die Umsetzung der Health-Claims-Verordnung und die damit verbundenen nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben können aus Sicht der Industrie diesen Trend gefährden.

Große Probleme erwachsen der Branche aus der Rohstoffverteuerung. Die Preisentwicklung bei den Rohstoffen wird zwangsläufig zu Preissteigerungen füh-

ren, die eine positive Nachfrageentwicklung im Inland in Frage stellen und das Marktwachstum in den osteuropäischen Ländern verlangsamen.

Zumindest in Teilen der Süßwarenbranche läuft offensichtlich ein Upgrading-Prozess des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten, allerdings von einem niedrigen Niveau ausgehend. Der Anteil Beschäftigter ohne eine abgeschlossene berufliche Ausbildung ist signifikant höher als in der Ernährungswirtschaft insgesamt. Zusätzlich ist der Anteil der Beschäftigten mit Hochschulabschluss unterdurchschnittlich und darüber hinaus in den Teilbranchen Süßwaren und Feine Backwaren entgegen dem allgemeinen Trend weiter rückläufig.

Auffällig ist die Entwicklung in der Altersstruktur der Beschäftigten. Die Süßwarenindustrie hat nicht nur eine ungünstige Alterstruktur im Vergleich mit der Ernährungswirtschaft insgesamt, sondern »altert« darüber hinaus auch noch schneller. Vor dem Hintergrund des demografischen Trends und der in Zukunft immer schwieriger werdenden Rekrutierung jüngerer Arbeitnehmer werden sich die Unternehmen in Zukunft deutlich stärker als bislang auf die vorhandenen Stammebelegschaften verlassen müssen, wenn es um die Bewältigung von Strukturwandelprozessen und notwendigen Anpassungsmaßnahmen bei den Qualifikationen der Mitarbeiter an Automatisierungsprozesse und neue Arbeitsabläufe geht. Die Anpassungsfähigkeit der Beschäftigten und deren kontinuierliche Qualifizierung und Weiterentwicklung wird somit eine wesentliche Aufgabe sein, um die Wettbewerbsfähigkeit zu stabilisieren und weiter auszubauen.

1 Einleitung

Der Süßwarenindustrie werden die Teilbranchen Süßwaren, Feine Backwaren und Speiseeis zugerechnet. Mit Ausnahme der Teilbranche Speiseeis ist die Süßwarenindustrie noch relativ stark mittelständisch und durch eine Reihe von Familienunternehmen geprägt. Dementsprechend ist die Branche bei den Süßwaren und Feinen Backwaren weit weniger konsolidiert als andere Branchen der Ernährungsindustrie wie z.B. die Brauerei- oder Fleischwirtschaft.

Mit 54.427 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten arbeiteten im Jahre 2006 rund 10 Prozent aller Beschäftigten der Ernährungsindustrie (ohne Tabakverarbeitung) in der Süßwarenindustrie. Die mit Abstand Größte der drei Süßwarensparten ist dabei die Herstellung von Süßwaren mit rund 31.200 Beschäftigten, gefolgt von der Herstellung von Feinen Backwaren mit rund 18.200 und der Speiseeis-Sparte mit rund 5.000 Beschäftigten.

Die Süßwarenindustrie ist im Vergleich zur Gesamtbranche der Ernährungsindustrie gekennzeichnet durch eine Reihe von Besonderheiten, wie u.a.:

- relativ stabile Umsatzentwicklung
- keine großen Konzentrationsprozesse innerhalb der Süßwaren und Feinen Backwaren
- starke Stellung mittelständischer und inhabergeführter Unternehmen
- relativ große Standortbindung
- große Produktvielfalt und starke Kundenbindung
- gute internationale Wettbewerbsfähigkeit durch starke Marken und große Innovationsfähigkeit
- große Flexibilität in der Produktion
- große Herausforderung und Neuausrichtung durch Gesundheitstrends und die Health-Claims-Verordnung

Diese Ausprägungen, ihre Entwicklungen und ihr Einfluss auf den Strukturwandel und die Wettbewerbsfähigkeit der Süßwarenindustrie werden im Folgenden auf Basis von Daten und Expertengesprächen mit betrieblichen und überbetrieblichen Vertretern der Branche beschrieben und analysiert, bevor detaillierter auf die Beschäftigungsentwicklung der Branche seit dem Jahre 2000 eingegangen wird.

Ziel der Studie ist es, die Entwicklungen und Entwicklungsperspektiven der deutschen Süßwarenindustrie zu analysieren und praxisnah anhand von Unternehmenserfahrungen zu illustrieren. Auf dieser Basis wird die zukünftige Entwicklung

der Beschäftigung und Beschäftigungsstruktur im Rahmen eines Trend-Szenarios prognostiziert.

Finanziert wird die Studie von der Hans-Böckler-Stiftung, kofinanziert von der Gewerkschaft NGG. Die Bearbeitung erfolgt durch die Unternehmensberatung *Wilke, Maack und Partner I wmp consult* in Hamburg.

Die Ergebnisse basieren im Einzelnen auf

- der Auswertung und Analyse statistischer deutscher, europäischer und internationaler Daten zur Entwicklung der Süßwarenindustrie und der Beschäftigungssituation.
- der Auswertung und Analyse aktueller Berichte und Veröffentlichungen zur nationalen und internationalen Entwicklung der Süßwarenindustrie.
- Expertengesprächen mit Vorständen, Geschäftsleitungen und Betriebsräten nationaler und internationaler Süßwarenunternehmen.
- Expertengesprächen mit Vertretern des BDSI, der Wirtschaftlichen Vereinigung Zucker/Verein der Zuckerindustrie und der Gewerkschaft NGG.

2 Ausgangslage und Entwicklungstrends

2.1 Kurzprofile der Süßwarenindustrie und ihrer Sparten

Oberbegrifflich werden in der Süßwarenindustrie drei Teilbranchen unterschieden: Süßwaren, Feine Backwaren und Speiseeis. Zu den Süßwaren zählen wiederum die Fachsparten Schokolade, Schokoladenerzeugnisse und Kakao, Zuckerwaren sowie Knabberartikel.

2.1.1 Süßwaren

Schokolade

Die Fachsparte Schokolade, Schokoladenerzeugnisse und Kakao umfasst die Hersteller der verschiedensten Schokoladeprodukte für den Endverbraucher sowie die Hersteller von Kakaohalberzeugnissen zur Weiterverarbeitung. Dazu gehören die Produktgruppen gefüllte und ungefüllte Tafeln und Riegel, Pralinen (alkoholhaltig und nicht alkoholhaltig), weiße Schokolade, kakaohaltige Zuckerwaren sowie andere gefüllte und ungefüllte Schokoladenerzeugnisse.

Es gibt in Deutschland nahezu 90 industrielle Hersteller von Schokoladen und Schokoladenerzeugnissen. Dazu gehört auch Barry Callebaut, einer der größten Hersteller von vorwiegend Schokoladenmassen und -halberzeugnissen für die weiterverarbeitende Industrie. Die Umsätze sind im hohen Maße abhängig von den Witterungsbedingungen. Trotz des heißen Sommers 2006 nahm die Gesamtproduktion von Schokoladewaren um ca. 4,7 Prozent auf 900.000 t zu.

Zu den bekanntesten Unternehmen zählen Ferrero, Storck, Mars, Lindt & Sprüngli, Kraft Foods und Ritter Sport.

Ferrero Deutschland wurde im September 1956 gegründet. Spätestens mit der Einführung der Kirschpraline Mon Chéri gelang Ferrero in Deutschland der Durchbruch auf dem deutschen Süßwarenmarkt. Weitere bekannte Marken des Marktführers in Deutschland sind beispielsweise nutella, Kinder Schokolade, Kinder Überraschung, duplo, Raffaello oder Rocher.¹

Das Unternehmen Storck, das u.a. die Marken merci, Tofffee, Riesen, Knoppers und nimm2 produziert, verkauft seine Produkte in mehr als 90 Ländern. Zu

1 Vgl. www.ferrero.de

Storck gehört auch die Produktion von Moser Roth, der Premium-Handelsmarke von Aldi.

Mars Süßwaren Deutschland bildet ein Tochterunternehmen der Mars Incorporated (USA / Virginia). Der Süßwarenstandort in Viersen erzielte im Jahr 2006 in Deutschland einen Gesamtumsatz von ca. 500 Millionen Euro mit insgesamt 580 MitarbeiterInnen. Mars Süßwaren Deutschland ist Marktführer in der Kategorie Schokoladenriegel und insgesamt zweitgrößter Anbieter von Schokoladewaren in Deutschland. Zu den bekanntesten Marken zählen beispielsweise Mars, Snickers, Twix, Amicelli und M&M's.²

Lindt & Sprüngli mit Hauptsitz in der Schweiz, produziert in Deutschland am Standort Aachen und erzielte dort 2006 einen Jahresumsatz von ca. 301 Millionen Euro. Der Umsatz der Unternehmensgruppe betrug 2006 ca. 1,5 Milliarden Euro. Darüber hinaus betreibt das Unternehmen Produktionsstätten in Frankreich, Italien, Österreich und den USA. Lindt & Sprüngli stellt verschiedene Tafelschokoladen sowie Pralinen her. Dazu kommen Saisonartikel wie Weihnachtsmänner und Osterartikel. Zunehmende Bedeutung erhalten bei der Marke Lindt Schokoladetafeln mit hohem Kakaoanteil und/oder exotischen Zutaten wie zum Beispiel zerkleinerten Chilischoten.

Kraft Foods Inc. ist das zweitgrößte Nahrungsmittelunternehmen der Welt mit einem Jahresumsatz von 34 Milliarden US\$ (2006). Süßwaren sind nur eine der Produktgruppen, die Kraft Foods herstellt. Darunter sind in Deutschland vor allem die Marken Milka, Cote d'Or und Toblerone bekannt. Seinen größten Produktionsstandort für Schokolade hat Kraft Foods in Lörrach, wo die Marke Milka hergestellt wird (Schokolade, Getränkepulver und Schoko-Drink).

Das Unternehmen Ritter Sport hat seinen Sitz in Waldenbuch und produziert verschiedene Artikel unter dem Markennamen Ritter Sport (Schokoladetafeln in verschiedenen Größen, Schokowürfel, Ritter Sport Rum). Der Umsatz betrug 280 Millionen Euro in 2006. Das Unternehmen ist für sein Umweltengagement bekannt: als erstes Unternehmen der Süßwarenindustrie hat sich Ritter Sport an der Öko-Audit-Verordnung beteiligt, seit 2002 betreibt es ein eigenes Blockheizkraftwerk mit Kraft-Wärme-Kopplung, um Primärenergie zu sparen und den CO₂-Ausstoß zu verringern.

2 Vgl. www.masterfoods-suesswaren-news.de

Zuckerwaren

In der Fachsparte Zuckerwaren sind die industriellen, überwiegend mittelständischen Hersteller von Zuckerwaren zusammengefasst. Das Sortiment der Zuckerwaren reicht von verschiedensten Bonbons, Marzipan, Komprimaten, Dragées, Lakritzwaren, Schaumzuckerwaren usw. bis hin zu zuckerfreien Zuckerwaren.³

Etwa 100 industrielle Hersteller gehören in Deutschland zur Fachsparte Zuckerwaren, die sich durch einen überdurchschnittlich hohen Exportanteil auszeichnet. Deutsche Zuckerwaren werden in mehr als 120 Länder in aller Welt exportiert.⁴

Im Jahr 2006 ging die Produktion von Zuckerwaren leicht um 1,2 Prozent auf 539.000 t zurück. Die Branche hatte neben dem heißen Sommer vor allem mit dem starken Anstieg der Glukosepreise zu kämpfen.

Zu den bekanntesten Unternehmen zählen Haribo und Katjes.

Seit über 80 Jahren ist Haribo erfolgreich auf dem Markt. Haribo gilt als führender Hersteller von Fruchtgummi- und Lakritz-Markenartikeln. Mittlerweile gehören auch renommierte Marken wie Maoam zur Haribo-Unternehmensgruppe. Weltweit beschäftigt Haribo knapp 6.000 MitarbeiterInnen.⁵

Katjes Fassin konnte seit 50 Jahren kontinuierlich im Inland wie im Ausland wachsen. Neben dem Hauptwerk in Emmerich, wo Fruchtgummi und Lakritz produziert werden, hat Katjes weitere Standorte in Remshalden und Potsdam. Durch eine Verlagerung der Produktion zurück nach Deutschland hat Katjes im Jahr 2006 Schlagzeilen gemacht. In Potsdam werden nun die Hartkaramell-Marken Sallos, Gletscher Eis und granini produziert.⁶ Katjes hatte diese Produkte übernommen und zunächst weiter in Fremdproduktion und größtenteils im Ausland herstellen lassen.

Knabberartikel

Zur Fachsparte Knabberartikel gehören die industriellen Hersteller salziger Snacks, wenngleich sie branchenstatistisch den Süßwaren zugerechnet werden. Die Produktpalette teilt sich in vier Segmente: Kartoffel- und Stapelchips, Salz-, Käse- und Laugengebäck, Erd- und Edelnüsse inkl. Nussmischungen und Extru-

3 www.bdsi.de

4 BDSI: Die Welt der Zuckerwaren.

5 www.Haribo.de

6 www.Katjes.de

derprodukte. Die Produktion von Knabberartikeln lag 2006 bei 300.952 t und blieb damit hinter den Erwartungen der Branche zurück.⁷

Bekannte Unternehmen der Sparte sind Intersnack und Lorenz Snack-World.

Die Intersnack Knabber-Gebäck GmbH & Co. KG entstand 1995 aus dem Zusammenschluss der Convent-Gruppe und Wolf Bergstrasse. Sie ist seitdem mit den Marken Chio, funny-frisch, Pom-Bär und goldfischli Marktführer in der Fachsparte Salzige Snacks in Deutschland.⁸ Die Firmenzentrale ist in Köln. In Deutschland hat Intersnack vier Produktionsstätten: Alsbach, Cloppenburg, Frankenthal und Grevenbroich. Im Segment für Kartoffelchips haben die Kölner nach Nielson Market Track einen Marktanteil von 55 Prozent in Deutschland. Das Unternehmen beschäftigt in Deutschland 2000 MitarbeiterInnen.

Das Unternehmen Lorenz Snack-World ist 1999 aus der Bahlsen Gruppe entstanden. In 2001 wurde das Unternehmen in »Lorenz Snack-World« umbenannt. Im Jahr 2006 hatte das Unternehmen ca. 2900 MitarbeiterInnen (weltweit) und einen Umsatz von rund 450 Millionen € im Jahr 2005. Die Zentrale des Unternehmens liegt in Neu-Isenburg. Die Produktpalette reicht von Crunchips über Erdnusslocken, Salzletten sowie Nuss und Frucht bis hin zu Pommels leicht. Neben den deutschen Produktionsstandorten betreibt Lorenz Snack-World eine Produktion in Polen.

2.1.2 Feine Backwaren

Die Feinen Backwaren werden zu den Süßwaren gerechnet. Lebensmittelrechtlich sind Feine Backwaren der Oberbegriff für Feinbackwaren (Feingebäck) und so genannten Dauerbackwaren.

Zum Sortiment der Feinen Backwaren gehören Kekse, Lebkuchen, Waffeln, Stollen, Kuchen, Biskuit bis hin zu Zwieback und Laugengebäck. Sowohl in Form, Zusammensetzung, Geschmack und Aussehen weisen die Feinen Backwaren eine große Vielfalt auf. In Deutschland gibt es ca. 150 verschiedene Feine Backwaren.⁹

7 www.bdsi.de

8 www.intersnack.de

9 Vgl. BDSI Feine Backwaren – Genuss in großer Vielfalt S. 3 und S. 12

Im Jahr 2006 konnten die rund 100 industriellen Hersteller von Feinen Backwaren weder bei der Produktion noch beim Export von Süßgebäck Zuwächse realisieren. Die Produktion Feiner Backwaren lag im Jahre 2006 bei 732.000 t.

Bekannte Unternehmen sind Bahlsen, Lambertz und Griesson – de Beukelaer (GdB). Die Bahlsen GmbH & Co. KG ist als europäisches Familienunternehmen mit Stammsitz in Hannover seit 118 Jahren für süße Backwaren bekannt. Neue Ideen und innovative Produktkonzepte sind seit je her ein Markenzeichen von Bahlsen gewesen – von der Erfindung des »Leibniz Butterkeks« 1891 bis hin zur Einführung einer neuen Dachmarkenstrategie in 2002. Die Markenartikel werden an vier Standorten in Europa produziert und in mehr als 80 Länder exportiert. Im Geschäftsjahr 2006 erwirtschafteten weltweit ca. 2.800 MitarbeiterInnen einen Umsatz von rund 458 Millionen Euro. In Deutschland ist Bahlsen Marktführer im Süßgebäckmarkt.¹⁰

Die Lambertz GmbH & Co. KG hat sich von einem kleinen Nischenanbieter zu einem der führenden deutschen Hersteller von Feinen Backwaren entwickelt. Der Umsatz der Aachener stieg seit 1978 von seinerzeit 16 Millionen DM auf heute über 400 Millionen Euro. Bekannte Produkte sind beispielsweise die Dominosteine, Mozart Kugeln oder Quark-Törtchen.¹¹

Das Unternehmen Griesson – de Beukelaer ist am 1. März 1999 aus der Fusion von Griesson und General Biscuits Deutschland und Österreich entstanden. Griesson hielt 60 Prozent bis 2007, Danone 40 Prozent der Gesellschaftsanteile. Am 3. Mai 2007 hat Griesson die Gesellschafteranteil von Danone übernommen. Mit einem derzeitigen Umsatz von 402 Millionen Euro, einer jährlichen Gesamtproduktion von 141.000 t und 1.800 MitarbeiterInnen an vier Produktionsstandorten gehört GdB zu den bedeutendsten Produzenten der Branche. Bekannt sind vor allem die Prinzenrolle und Kekse der Marke de Beukelaer, u.a. Butterkekse. In Lizenz produziert GdB Kekse der Marke Mövenpick.

2.1.3 Speiseeis

Die Fachsparte Speiseeis umfasst die industriellen Hersteller von Speiseeis. In Deutschland entfallen über 80 Prozent des gesamten Speiseeismarktes auf industriell hergestelltes Speiseeis. Die Produkte reichen vom so genannten Impulseis über Multipacks, Haushaltspackungen bis hin zu Produkten für die Gastronomie.

¹⁰ Vgl. www.bahlsen.de

¹¹ Vgl. www.lambertz.de

Wie auch die Schokoladenbranche ist die Eiscremebranche sehr stark von den Witterungsbedingungen abhängig. 2006 lag die deutsche Produktion von Speiseeis bei 365.000 t.¹²

Im Gegensatz zu den anderen Sparten der Süßwarenindustrie ist das Segment Speiseeis nicht überwiegend mittelständisch organisiert. Vielmehr teilen sich wenige große Unternehmen den größten Teil des Marktes.

Bekannte Unternehmen sind die Unilever Deutschland GmbH und Nestlé Schöller.

Langnese wurde von dem Kaufmann Karl Rolf Seyferth 1927 in Hamburg gegründet. Langnese Eiscreme wird in Deutschland von der Langnese GmbH produziert, die zu Unilever Deutschland gehört. Unilever hatte 2004 einen Marktanteil von knapp 28 Prozent¹³.

Der Lebensmittelkonzern Nestlé Schöller hat Speiseeiswerke in Nürnberg und Prenzlau an die Rosen Eiskrem GmbH verkauft. Zugleich wurde 2006 der größte amerikanische Eiskremhersteller Dreyer's zu 100 Prozent von Nestlé übernommen. Damit stieg Nestlé zum weltweit größten Hersteller von Speiseeis auf. Laut Datamonitor hatte Nestlé (Mövenpick, Schöller) 2004 in Deutschland einen Marktanteil von rd. 20 Prozent.

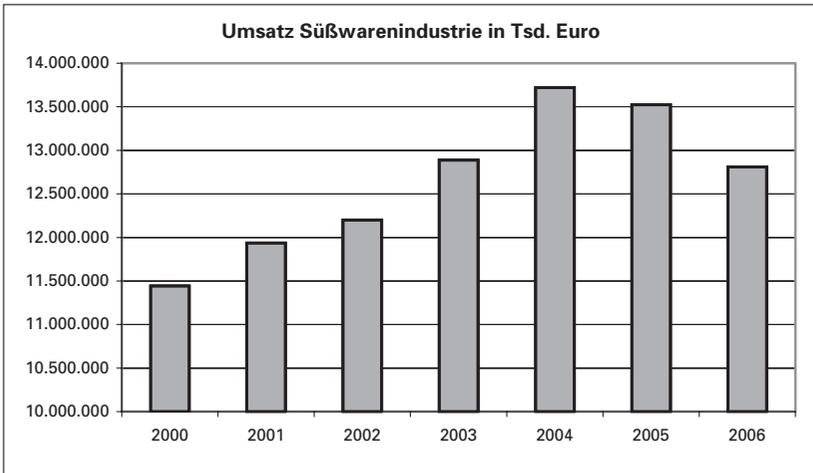
2.2 Umsatz- und Absatzentwicklung in der deutschen Süßwarenindustrie

Vom Gesamtumsatz ausgehend ist die Süßwarenindustrie die drittgrößte Branche in der Ernährungswirtschaft. Ihr Anteil am Umsatz des Ernährungsgewerbes lag 2006 bei 9,3 Prozent. Der Umsatz des Ernährungsgewerbes insgesamt belief sich 2006 auf 138,2 Mrd. Euro. Die gesamtdeutsche Süßwarenindustrie erreichte 2006 einen Umsatz von 12,8 Mrd. Euro. Dieses Ergebnis wurde von 266 Betrieben mit 54.427 Beschäftigten erzielt. Von 2000 bis 2004 zeichnet sich die Süßwarenbranche durch eine konstant positive Umsatzentwicklung aus. In 2005 und 2006 waren die Umsätze rückläufig (Vgl. Abb.1).

12 www.bdsi.de

13 vgl. Datamonitor Ice Cream in Germany 2005

Abb. 1: Umsatzentwicklung in der Süßwarenindustrie

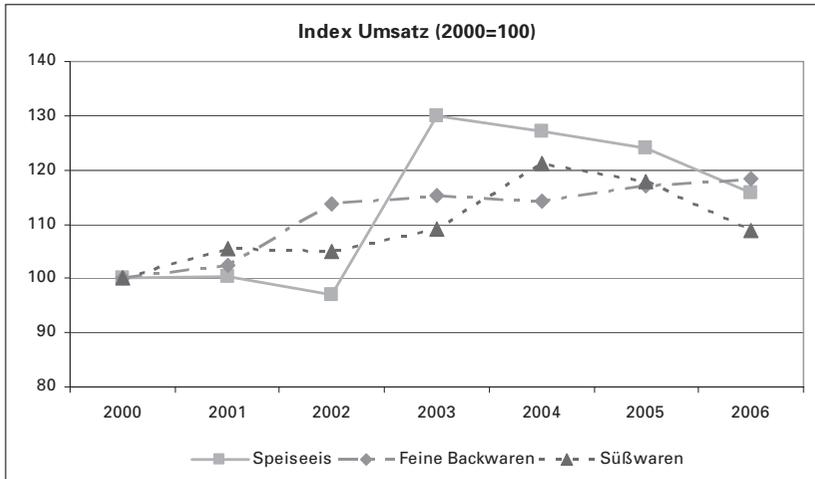


Quelle: Statistisches Bundesamt¹⁴

Bei einer differenzierten Betrachtung der Umsatzentwicklung (Vgl. Abb.2) in den drei Teilbranchen Süßwaren, Feine Backwaren und Speiseeis wird deutlich, dass die Entwicklung unterschiedlich verlaufen ist. Während die Teilbranche Süßwaren bis 2004 kontinuierlich zulegen konnte, hatte die Teilbranche Speiseeis bereits im Jahr 2003 einen Peak – in beiden Teilbranchen ist der Umsatz danach leicht zurückgegangen. Die Teilbranche Feine Backwaren konnte hingegen auch in den Jahren zwischen 2004 und 2006 leicht zulegen, so dass sie, über den Gesamtzeitraum von 2000 bis 2006 betrachtet, mit rund 18 Prozent das größte Umsatzwachstum verzeichnen konnte. Diese Aussage gilt allerdings nur für die Steigerungsrate, da das absolute Umsatzvolumen der Teilbranche Süßwaren deutlich über dem der Feinen Backwaren liegt.

14 Zu den Umsatzzahlen für das Speiseeis im Jahr 2004 vgl. Fußnote 15.

Abb. 2: Umsatzentwicklung in der Süßwarenindustrie, Indexkurve



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen¹⁵

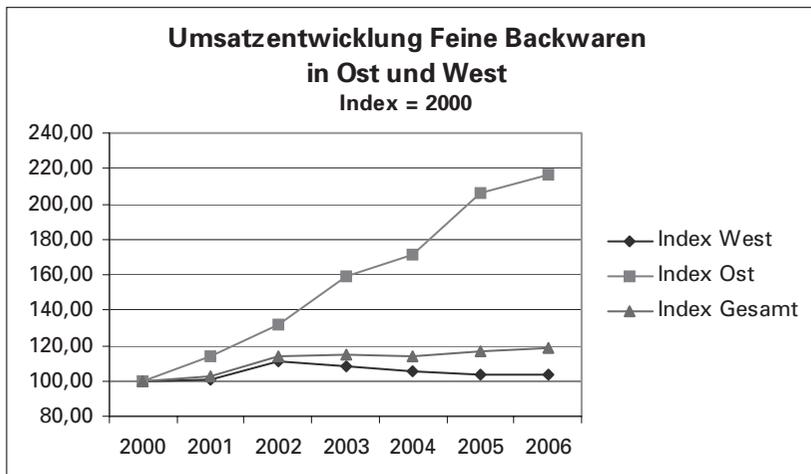
Die Umsatzentwicklung nahm in Ost- und Westdeutschland¹⁶ einen unterschiedlichen Verlauf¹⁷.

15 Die vom Statistischen Bundesamt (StBa) ausgewiesene Umsatzzahl für das Speiseeis für das Jahr 2004 (1,855 Millionen €) ist laut eigenen Aussagen nicht verwertbar, da aufgrund einer Umstellung des Vertriebssystems eines großen Unternehmens die Zahl bei der Erhebung der Daten stark verzerrt wurde. Laut StBa soll der Umsatz jedoch 2004 gegenüber dem Vorjahr tendenziell rückläufig sein. Daher wurde die Zahl korrigiert. Da es laut Aussage des StBa im Jahr 2004 vermutlich zu einem Umsatzrückgang beim Speiseeis kam, wurde ein Mittelwert der Jahre 2003 und 2005 angenommen. Dieser liegt bei 1,266 Millionen €.

16 Seit 2005 ist Westberlin in den Daten für den Osten integriert.

17 Da die entsprechenden Daten für das Speiseeis nicht verfügbar sind, können nur die Entwicklungen für die Sparten Feine Backwaren und Süßwaren im Ost-West-Vergleich betrachtet werden.

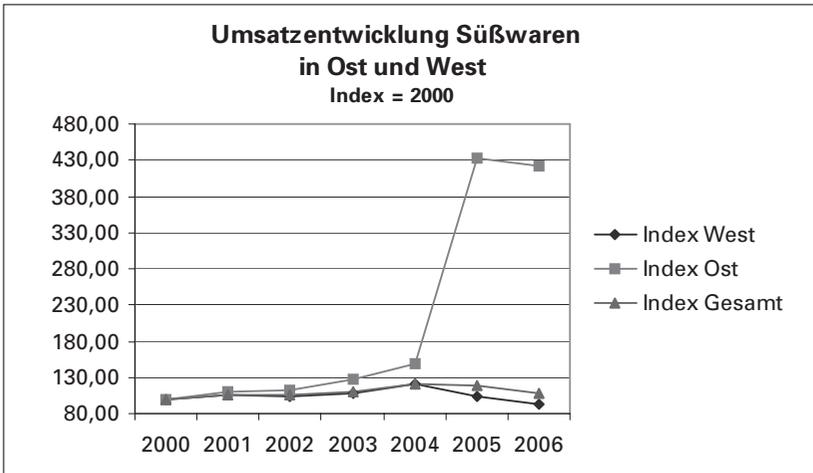
Abb. 3: Umsatzentwicklung Feine Backwaren in Ost und West



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Die Teilbranche der Feinen Backwaren hat sich im Osten seit 2000 kontinuierlich positiver entwickelt als im Westen der Bundesrepublik. Entsprechend hat sich der Umsatzanteil der Produktion im Osten am Gesamtumsatz der Feinen Backwaren in Deutschland von 13 Prozent im Jahr 2000 auf 24 Prozent im Jahr 2006 erhöht (Vgl. Abb.3). Der relativ starke Umsatzanstieg im Jahr 2005 im Osten und der entsprechende Rückgang im Westen rühren vermutlich daher, dass Berlin-West ab 2005 statistisch dem Osten zugerechnet wird. Im Westen geht der Umsatz allerdings bereits seit 2003 leicht zurück und liegt inzwischen wieder nahezu auf dem Niveau des Jahres 2000. In der Summe ergibt sich durch den starken Zuwachs im Osten dennoch eine positive Bilanz.

Abb. 4: Umsatzentwicklung Süßwaren in Ost und West



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Auch in der Teilbranche Süßwaren resultierte die im Jahre 2005 stark divergierende Entwicklung zwischen West und Ost aus der erstmaligen Zurechnung der Umsätze Westberlins zu den Umsätzen der Ost-Bundesländer. Dadurch steigt der Umsatz im Osten im Jahr 2005 zwar um mehr als 180 Prozent an, die Gesamtsumme der Umsätze in Deutschland sinkt jedoch. In 2006 sinkt auch der Umsatz in Ost wie in West leicht ab (Vgl. Abb. 4).

Anders als der Umsatz ist die Produktionsmenge im Jahr 2006 gestiegen. Das bedeutet, dass die Preise für die Produkte im Schnitt gesunken sind.

Tab. 1: Süßwarenproduktion in der Bundesrepublik Deutschland in t

Produktion von Süßwaren in t	2005	2006
Schokoladewaren	859.940	924.863
Kakao- und Schokoladenhalberzeugnisse	360.236	424.168
Kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen	216.205	220.728
Zuckerwaren	545.689	546.623
Feine Backwaren	710.110	731.542
Knabberartikel	284.085	300.978
Speiseeis	367.210	365.151
Rohmassen	53.238	53.956
Insgesamt	3.396.713	3.568.009

Quelle: BDSI Süßwarentaschenbuch 2006/07, S. 42.

Die Schokoladewaren mit 925 Tt¹⁸ und die Feinen Backwaren mit knapp 732 Tt sind die mit Abstand größten Produktionsbereiche und haben zusammen einen Anteil von rd. 50 Prozent am Gesamtvolumen (Tab. 1). Rund 75 Prozent des Mengenwachstums resultieren aus der Produktion von Schokolade- und Kakaowaren. Zu den Schokoladewaren gehören Schokoladetafeln, -stangen, -riegel, Pralinen, kakaohaltige Zuckerwaren und Zubereitungen und weiße Schokolade. Zu den Kakao- und Schokoladenhalberzeugnisse gehören Kakaomasse, -butter, -pulver, -glasuren, Schokoladenmassen und -überzugsmassen. Zu den kakaohaltigen Lebensmittelzubereitungen zählen kakaohaltige Brotaufstriche sowie kakaohaltige Zubereitungen zum Herstellen von Getränken.

Stagniert haben hingegen sowohl die Fachsparte Zuckerwaren wie Bonbons, Kaugummi, Gummibonbons, Karamellen, Marzipanwaren und kandierte Früchte als auch die Teilbranche Speiseeis.

Neben den Schokolade- und Kakaoprodukten sind die Feinen Backwaren wie Knäckebrot, Zwieback, Lebkuchen, Kekse etc. und die Knabberartikel wie un-

18 Tausend Tonnen

gesüßte Kekse und ungesüßtes Kleingebäck, Kartoffelchips und -sticks, sowie Erdnüsse¹⁹ die Produktbereiche, die mengenmäßig zunehmen konnten.

2.3 Konsumententwicklung und Gesundheitstrends

2.3.1 Pro-Kopf-Verbrauch und Preise

Süßwaren sind in Deutschland im europäischen Vergleich günstig.²⁰ Das Nachfrageverhalten²¹ der Konsumenten ist in einigen Bereichen der Süßwaren, wie beim Speiseeis und den Schokoladewaren, stärker temperatur- als konjunkturabhängig. In heißen Sommern wird im Allgemeinen spürbar mehr Speiseeis konsumiert, während die Produzenten von Schokolade und Feinen Backwaren eher von kühleren Sommern profitieren. Das Umsatzhoch dieser Sparten liegt in den kühleren Jahreszeiten mit den Festtagen. Die Inlandsnachfrage im Jahr 2006 – mit einem relativ heißen Sommer – hat entsprechend die Erwartungen der Branche nur in den Segmenten erfüllt, die von heißen Temperaturen profitieren. Der Pro-Kopf-Verbrauch beim Speiseeis ist mengenmäßig um über 9 Prozentpunkte und wertmäßig sogar um über 12 Prozentpunkte gestiegen²². Andererseits haben sich die Erwartungen beispielsweise bei den Knabberartikeln trotz Fußball-WM ebenso wenig wie bei den Schokolade- und Zuckerwaren sowie den Feinen Backwaren erfüllt. Das heiße Wetter hat die Konsumenten eher in die Hitze nach draußen vor die Großbildschirme zum »Public Viewing« gelockt. Hingegen findet der Konsum von Knabberartikeln in der Regel vor dem Fernseher statt. Die Menge des Pro-Kopf-Verbrauchs im Inland stieg bei Schokoladewaren und Feinen Backwaren wie auch bei den Knabberartikeln leicht an (Vgl. Abb. 5), der wertmäßige Verbrauch sank jedoch pro Kopf zwischen 3,6 und 4,6 Prozent gegenüber 2005 (Vgl. Abb.6).

19 Kartoffelchips und -sticks und Erdnüsse fallen allerdings bei den Statistiken zur Beschäftigung (vgl. Kap. 2.8) nicht unter die Feinen Backwaren, da sie in der Klassifizierung des Statistischen Bundesamtes einem anderen Wirtschaftszweig zugeordnet sind.

20 Vgl. Kap. 2.7.2.

21 Zu den Konsumzahlen der einzelnen Sparten vgl. Kap. 2.7.2.

22 Vgl. BDSI, Süßwarentaschenbuch 2006/07, Tab. 94, S. 126

Abb. 5: Pro-Kopf Verbrauch in Deutschland in kg

Pro-Kopf-Verbrauch in kg	2005	2006	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Speiseeis	3,75	4,1	0,35	9,33
Knabberartikel	3,13	3,18	0,05	1,60
Feine Backwaren	7,35	7,95	0,60	8,16
Zuckerwaren	6,27	6,16	-0,11	-1,75
Kakaohaltige Lebensmittelzubereitung	2,07	2	-0,07	-3,38
Schokoladewaren	8,79	9,31	0,52	5,92
insgesamt	31,38	32,69	1,31	4,17

Quelle: BDSI: Süßwarentaschenbuch 2006/07

Abb. 6: Pro-Kopf Verbrauch in Deutschland in Euro

Pro-Kopf-Verbrauch in Euro	2005	2006	Veränderung absolut	Veränderung in Prozent
Speiseeis	10,15	11,38	1,23	12,12
Knabberartikel	7,84	7,48	-0,36	-4,59
Feine Backwaren	22,37	21,56	-0,81	-3,62
Zuckerwaren	20,78	20,45	-0,33	-1,59
Kakaohaltige Lebensmittelzubereitung	5,26	4,7	-0,56	-10,65
Schokoladewaren	46,72	44,85	-1,87	-4,00
insgesamt	114,05	110,42	-3,63	-3,18

Quelle: BDSI: Süßwarentaschenbuch 2006/07

Wachstum generiert die überwiegend mittelständische, durch Familienunternehmen geprägte Süßwarenindustrie vorrangig im Auslandsgeschäft. Bislang hat sich die Süßwarenindustrie als international wettbewerbsfähig erwiesen. Der deutsche Markt ist hingegen in den letzten Jahren nicht gewachsen. Weder Konsum noch Preise konnten merklich gesteigert werden. Wachstum auf dem deutschen Markt bedeutet in erster Linie Verdrängung bzw. - wie die Branche es selber titulierte - »Kannibalismus«.

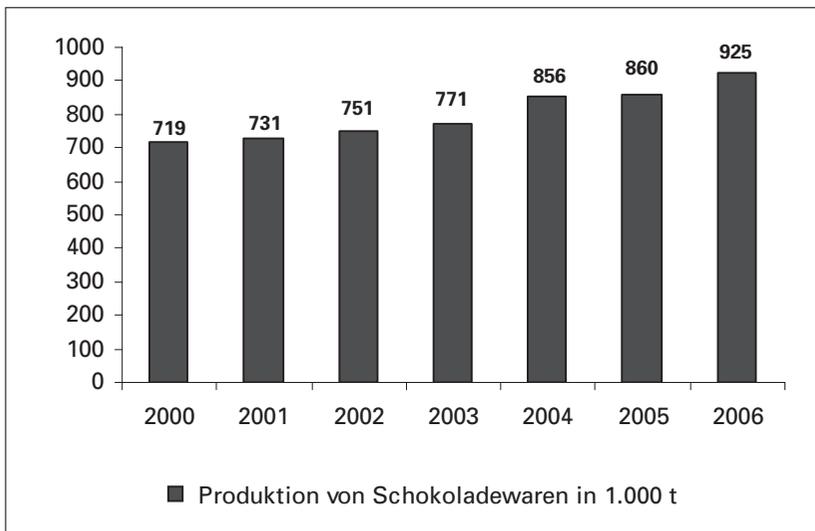
Süßwaren

Die Süßwaren sind in die Sparten Kakao- und Schokoladewaren, Knabberartikel und Zuckerwaren unterteilt.

Kakao- und Schokoladewaren

Mit 4,37 Mrd. € lag der Produktionswert der ca. 90 industriellen Hersteller von Schokoladeprodukten in Deutschland im Jahr 2006 etwa ein Prozent unter dem entsprechenden Vorjahresergebnis. Dennoch stieg die Produktionsmenge um gut 65.000 t auf knapp 925.000 t.

Abb. 7: Produktion von Schokoladewaren



Quelle: BDSI: Süßwarentaschenbuch 2006/07

Der Konsum von Schokoladewaren ist im Sommer temperaturabhängig. Der Produktionsanstieg von 65.000 t (Vgl. Abb. 7) ist in erster Linie dem Anstieg im Export zu verdanken. Hingegen stagnierte das Inlandsgeschäft im abgelaufenen Jahr: Zwar stieg der Pro-Kopf-Verbrauch bei den Schokoladewaren um 5,92 Prozent auf 9,31 kg an, der Wert im Pro-Kopf-Verbrauch lag jedoch um 4 Prozent unter dem Vorjahreswert. Im relativ heißen Jahr 2006 schnitten die Riegel, allen voran die gekühlten Riegel und Überraschungsartikel, am besten ab.

Insgesamt gibt es einen klaren Trend zu Premium-Marken bzw. Premium-Handelsmarken, der laut Expertenmeinungen auch in der Zukunft anhalten wird.

Das gegenwärtige Wachstum in der Süßwarenbranche findet vorwiegend in diesem Segment statt. Der Absatz von Premiumschokolade, das heißt für Produkte mit einem Durchschnittspreis von mehr als 12 Euro je Kilogramm, ist im ersten Halbjahr 2006 um 22 Prozent bzw. mehr als 680 Tonnen gestiegen.²³ Besonders dunkle Schokolade, Herkunftsschokolade bis hin zu Plantagenschokolade²⁴ werden immer mehr gefragt sein. Bei Bitterschokolade mit hohem Kakaoanteil gab es im Jahr 2006 einen Umsatzzuwachs von 14 Prozent bei insgesamt rückläufigen Umsätzen im Schokoladewarenssegment.

Der Trend zu Premiumartikeln lässt sich damit erklären, dass die Verbraucher Schokolade konsumieren, um zu genießen und um sich damit zu belohnen. Für diesen Genuss sind sie bereit, mehr zu bezahlen, um die gewünschte Qualität zu erhalten. Das zeigt unter anderem der Erfolg der neuen Lindt-Ränge »Träumen und genießen«. Auch der Wettbewerber Stollwerck hatte mit der Dachmarke Sarotti trotz eines heißen Sommers 2006 Erfolg. Kraft Foods möchte vor allem der zahlungskräftigen Zielgruppe der Best Ager die Premium-Marke Cote d'Or schmackhaft machen, und auch der Discount will noch stärker an dieser Entwicklung partizipieren und plant eine Ausweitung der Premium-Handelsmarken.

Erhebliche Sorgen bereitet den Herstellern von Schokolade- und Schokoladahalberzeugnissen die Entwicklung der Rohstoff- sowie Energiepreise.²⁵ Preiserhöhungen werden unumgänglich sein.

Zuckerwaren

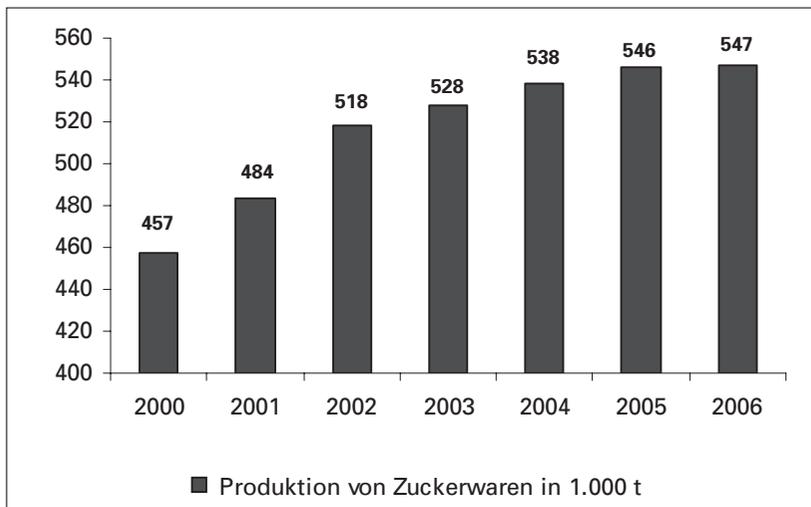
Das Ergebnis der Zuckerwarenbranche stagnierte in 2006. Während das Gesamtergebnis fast ausgeglichen ist, war die Entwicklung in den einzelnen Produktgruppen sehr unterschiedlich. Die Dragees kamen bei den Konsumenten gut an. Die Produktion nahm um 5,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu. Die Produktionsmenge in der größten Fachsparte, den Gummibonbons und Gelee-Erzeugnissen sowie Fruchtpasten, weist im Vergleich zum Vorjahr in 2006 ein leichtes Wachstum von 0,5 Prozent auf. Bei den Hartkaramellen ist 2006 ein Umsatzrückgang von 11,8 Prozent zu verzeichnen. Insgesamt ergibt sich ein rückläufiger Pro-Kopf-Verbrauch von 1,8 Prozent auf 6,16 kg pro Jahr.

23 Lznews, 27.10.2006

24 einige Hersteller haben Vertragsplantagen

25 Vgl. Kap. 2.5.

Abb. 8: Produktion von Zuckerwaren



Quelle: BDSI: Süßwarentaschenbuch 2006/07

Die Steigerungen der Produktion um nahezu 20 Prozent zwischen 2000 und 2006 (Vgl. Abb. 8) geht mit einer Exportsteigerung im gleichen Zeitraum um mengenmäßig 27 Prozent und wertmäßig sogar 36 Prozent einher. Der Pro-Kopf-Konsum in Deutschland ist erst seit 2005 rückläufig, davor war er angestiegen. Im Zeitraum von 2000 bis 2006 ist der Pro-Kopf-Verbrauch an Zuckerwaren in Deutschland trotz der rückläufigen Tendenz der letzten beiden Jahre des Betrachtungszeitraumes (2005, 2006) um 16 Prozent angestiegen.

Knabberartikel

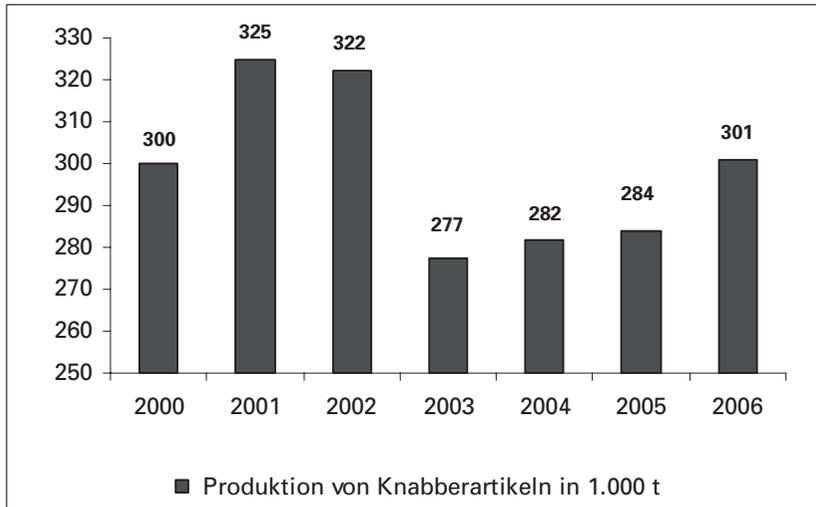
In der Fachsparte Knabberartikel sind die industriellen Hersteller salziger Snacks zusammengeschlossen. Die Produktpalette teilt sich in vier Segmente:

- Kartoffelchips und Stapelchips
- Salz-, Käse- und Laugengebäck
- Erd- und Edelnüsse inkl. Nussmischungen
- Extruderprodukte

Das Jahr 2006 hat die Erwartungen der Branche trotz Fußball-WM nicht erfüllt. Der Inlandsmarkt für Knabber-Artikel wuchs um nur 1,6 Prozent in der Menge. Erfreulich verläuft allerdings die Entwicklung im Außenhandel.

Die Produktion war 2003 deutlich zurückgegangen, konnte aber seit 2004 wieder kontinuierlich gesteigert werden und lag im Jahr 2006 bei 300.000 Tonnen und damit wieder auf dem Niveau des Jahres 2000 (Vgl. Abb. 9).

Abb. 9: Produktion von Knabberartikeln



Quelle: BDSI: Süßwarentaschenbuch 2006/07²⁶

Das kommende Jahr birgt neue Probleme für die Knabberartikelhersteller. Die Hauptrohstoffe Kartoffeln, Mais und Weizen sind teurer geworden. Ursache ist u.a. die schlechteste Kartoffelernte seit 30 Jahren.²⁷ Die Branche rechnet daher damit, dass die Preise für Knabberartikel im Jahr 2007 deutlich steigen werden, was sich wiederum gravierend auf das Konsumverhalten der Verbraucher auswirken wird.

Beim Konsumverhalten der Verbraucher ist ein Trend zu gesundheitsbewussten Snacks zu erkennen. Laut Expertenmeinung wird sich der Trend zu günstigen Handelsmarken auch bei den Knabberartikeln weiter fortsetzen.

Ein Potenzial sehen Experten in der Veränderung des Konsumverhaltens der Verbraucher. Knabberartikel werden üblicherweise abends vor dem Fernseher konsumiert. Ziel ist es, die Kunden dafür zu begeistern, auch zu anderen Anlässen

²⁶ Laut Süßwarentaschenbuch des BDSI sind die Zahlen für 2000 und 2001 geschätzt, da durch den Wegfall der Mengenangaben vom Statistischen Bundesamt kein exakter Nachweis möglich war.

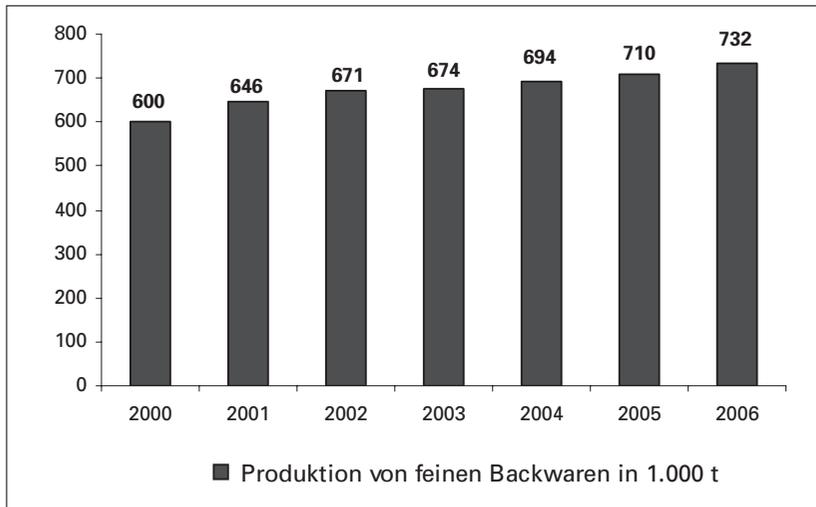
²⁷ Vgl. Kap. 2.5.

mehr Knabberartikel zu konsumieren. Hier werden Wachstumspotenziale auch in Verbindung mit den leichten Produkten gesehen.

Feine Backwaren

Die inländischen Produktionsmengen von Feinen Backwaren sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen (Vgl. Abb. 10). Der Anstieg resultiert einerseits aus dem in den vergangenen Jahren (Ausnahme 2006) gestiegenen Exportvolumen und andererseits aus dem gestiegenen Pro-Kopf-Verbrauch. Im Jahr 2006 stieg der Pro-Kopf-Verbrauch um 600 Gramm auf 7,95 kg im Vergleich zum Vorjahr.

Abb. 10: Produktion von Feinen Backwaren



Quelle: BDSI: Süßwarentaschenbuch 2006/07 ²⁸

Die größten Sorgen bereiten den Herstellern von Feinen Backwaren derzeit die drastischen Preissteigerungen bei wichtigen Rohstoffen, Energie- und Logistikkosten. So ist beispielsweise der Weizenpreis im Laufe des Jahrs 2006 um rund ein Drittel gestiegen, was sich deutlich in den Mehlpreisen niederschlägt. Auch bei Glukose ist die Branche mit Preissteigerungen um gut 30 Prozent konfrontiert. Dieser immense Kostendruck macht Preiserhöhungen bei Feinen Backwaren

²⁸ Laut Süßwarentaschenbuch des BDSI sind die Zahlen für 2000 und 2001 geschätzt, da durch den Wegfall der Mengenangaben vom Statistischen Bundesamt kein exakter Nachweis möglich war.

erforderlich, und es bleibt abzuwarten wie sich diese Preiserhöhungen auf das Konsumverhalten der Verbraucher niederschlagen werden. Gleichwohl erwartete die deutsche Feine Backwarenindustrie im Sommer 2007 für das Jahr 2007 eine positive Entwicklung.

Speiseeis

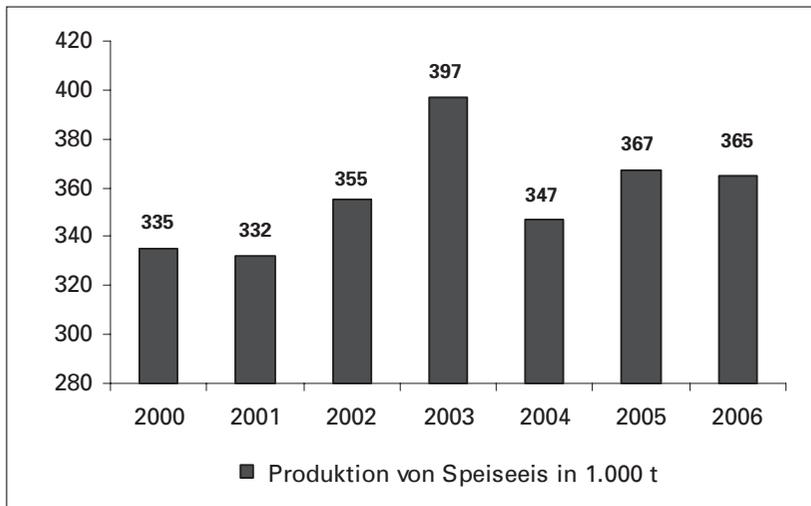
Das Konsumverhalten der Verbraucher beim Speiseeis hängt stark von dem Wetter im Sommer ab. In warmen Sommern steigt bei den Verbrauchern die Lust auf Eis und die Branche verzeichnet ein positives Jahr, fällt der Sommer hingegen kühler aus, wirkt sich dies negativ auf das Konsumverhalten aus. Ähnlich wie bei Schokolade oder Feiner Backware, die von kühleren Sommern profitieren, spielen also unbeeinflussbare Faktoren eine wesentliche Rolle.

Der deutsche Eiskremmarkt 2007 verspricht ein überdurchschnittliches Wachstum. Der Wellnessrend, Premiumprodukte und Eiskrem mit emotionalem Zusatznutzen verkaufen sich besonders gut. Die Eislust der Deutschen ist 2006 um insgesamt 2,7 Prozent gestiegen. Die Gesamtabsatzmenge lag wertmäßig bei 1,98 Mrd. Euro, was einem Zuwachs von 3,3 Prozent entspricht. Die warmen Frühjahrstemperaturen und viele neue Produkte verführten die Verbraucher zum spontanen Eisgenuss und verhalfen insbesondere den Kleinpackungen zu einem starken Umsatzwachstum von 33 Prozent. Multipacks kamen auf ein Plus von 20 Prozent, Hauspackungen hatten einen Zuwachs von knapp 12 Prozent.²⁹

Der Anteil der Speiseeisproduktion an der gesamten deutschen Süßwarenproduktion ist in den letzten 4 Jahren kontinuierlich zurückgegangen. 2003 machte die Speiseeisproduktion noch einen Anteil von 12,1 Prozent an der gesamten Süßwarenproduktion aus und ging 2006 auf 10,2 Prozent zurück. Die Einfuhr von Speiseeis nahm 2006 gegenüber dem Vorjahr um 10 Prozent ab, während die Ausfuhr kontinuierlich auf 122,5 t zunahm. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Speiseeis ist 2006 leicht gegenüber dem Vorjahr auf 4,1 kg angestiegen.

29 BDSI Jahresbericht 2006/2007, S. 49 ff

Abb. 11: Produktion von Speiseeis



Quelle: BDSI: Süßwarentaschenbuch 2006/07

Die Speiseeisindustrie ist vergleichsweise stark konsolidiert. Den deutschen Markt beherrschen weitgehend Nestlé Schöller und der Branchenprimus Langnese. Daneben gibt es einige mittelständische Hersteller wie Roncadin oder Rosen Eiskrem, die durch die Übernahme von zwei Nestlé-Werken im Jahr 2006 ihre Kapazitäten verdreifacht haben. Rosen stellt heute neben der Eigenmarke »Cassie« zu 80 Prozent Handelsmarken her. Auch insgesamt nehmen die Handelsmarken am Eiskremmarkt eine immer größere Rolle ein. Der Marktanteil beläuft sich inzwischen auf rd. 30 Prozent.

Werbeaufwand

Innovation und starke Werbung sind Voraussetzungen für den Erfolg von Marken. Süßwaren werden nach wie vor mit überdurchschnittlichem Aufwand vorverkauft, auch wenn der Werbeaufwand in den letzten Jahren auf hohem Niveau stagnierte (Vgl. Tab. 2).

Tab. 2: Die führenden Werbetreibenden der Süßwarenbranche 2004

Unternehmen	Werbudget Mio. EUR
Ferrero	233
Storck	82
Masterfoods	52
Wrigley	37
Ritter	29
Kraft Foods	27
Haribo	27
Lindt & Spruengli	25
Bahlsen	16
Procter & Gamble	16

Quelle: Nielsen Media Research, zitiert nach NGG Branchenbericht Süßwarenindustrie 2004/2005

Auffällig ist der große Werbeetat von Ferrero, der fast dreimal so hoch ist wie der des Zweitplatzierten Storck.

2.3.2 Gesundheits- und Wellnesstrend

Der allgemeine Gesundheits- und Wellnesstrend hat auch in der Süßwarenindustrie Einzug gehalten. Die Produzenten haben auf diesen Trend bereits vielfältig reagiert und neue Absatzmärkte erschlossen. Sie kommen damit dem veränderten Konsumverhalten der Verbraucher entgegen, bei dem ein Trend hin zu gesundheitsbewussten Produkten zu erkennen ist. Der Anteil der »leichten« Produkte am Gesamtmarkt von Knabberartikeln hat sich 2005 von 2,6 Prozent auf 5,8 Prozent mehr als verdoppelt. Laut Angaben des Kaugummi-Verbands e. V. enthalten drei Viertel aller Kaugummi keinen Zucker mehr.³⁰ Bei neuartigen Produktkonzepten wird vor allem auf den Milch- und damit Calciumgehalt der Produkte sowie den Verzicht auf künstliche Farbstoffe und Aromen hingewiesen. Der Wellnesstrend schlägt sich auch in fettreduzierten Eiskrems nieder. Ein neues Herstellungsverfahren, patentiert von Nestlé Schöller, führt zu einer deutlichen Reduzierung des Fettanteils am Speiseeis. Das Eis wird unter langsamen ständigem Rühren herun-

30 Vgl. Reto U. Schneider: Am Abend ist allen schlecht, NZZFolio 03/06

tergekühlt. Das Ergebnis sind mikroskopisch kleine Eiskristalle und Luftblasen. Dadurch erreicht das Eis schon bei erheblich reduziertem Fettanteil eine cremige Konsistenz. Je nach Sorte wurde der Fettanteil inzwischen um mehr als ein Drittel gesenkt.

Viele Unternehmen bieten bereits als Folge des Gesundheitstrends fett- und zuckerreduzierte oder sogar -freie Waren an³¹. Laut Experten wird dieser Bereich wachsen; fett- und zuckerfreie Produkte, kalorienreduziertes Speiseeis mit 0,1 Prozent Fett durch ein neues Herstellungsverfahren etc. gewinnen an Bedeutung.

Vermutlich spielt für die positive Entwicklung beim Umsatz mit besonders kakaohaltiger Schokolade auch eine Rolle, dass in Kakao laut Wissenschaft besonders gesundheitszuträgliche Inhaltsstoffe enthalten sind.³²

Bioprodukte sind noch ein Randthema für die Branche. Einige große Hersteller experimentieren mit Bioprodukten, Ritter Sport hat angekündigt, Bioschokolade auf den Markt bringen zu wollen.³³ Bislang sind Bioprodukte bei den Süßwaren aber hauptsächlich noch Nischenprodukte der kleinen Hersteller. Allerdings ist ein Anwachsen der Marktanteile von Bioprodukten absehbar, wenngleich zunächst auf niedrigem Niveau.

Neben den neuen Markt- und Absatzchancen hat der Gesundheitstrend auch Folgen für die Süßwarenindustrie, die aus politischen Initiativen und Gesetzen, wie Kennzeichnungspflichten, Werbeauflagen und ähnlichem, resultieren (vgl. Kap.7.1).

2.3.3 Gesundheitsgefahren

Die Süßwarenbranche ist wie alle Branchen der Lebensmittelindustrie immer wieder mit Erkenntnissen über Gesundheitsgefahren durch Lebensmittel konfrontiert. Im April 2002 berichteten schwedische Wissenschaftler über den Nachweis von Acrylamid in Lebensmitteln. Voraussetzung für das Entstehen von Acrylamid ist das Vorhandensein von reduzierenden Zuckern (Glucose, Fructose) und der Aminosäure Asparagin im Lebensmittel. Diese Bausteine befinden sich insbesondere in Getreide und Kartoffeln. Acrylamid entsteht bei Erhitzung über 120 Grad Celsius wie beim Rösten und Frittieren. Die Bildung ist abhängig von der Erhitzungsdauer sowie vom Wassergehalt des Lebensmittels. Aufgrund der vielen

31 Vgl. Kap.7.1.

32 Lznews, 27.10.2006

33 Vgl. Der Spiegel, 23.11.2007

Einflussfaktoren lässt sich die Höhe der Bildung von Acrylamid bislang schwer voraussagen. Das Thema Acrylamid wurde nach dem Bekanntwerden der Schädlichkeit des Stoffes in den Medien mehrfach aufgegriffen, denn Acrylamid wirkt in Tierversuchen Krebs erzeugend und Erbgut verändernd.

Eine Grenzwertfestsetzung wird zur Zeit vom Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit³⁴ für weder toxikologisch begründbar noch technologisch umsetzbar gehalten, da die bisher unzureichende Datenlage eine abschließende Risikobewertung zum Gefährdungspotenzial von Acrylamid beim Menschen nicht zulasse. Wird ein bestimmter Signalwert überschritten, treten die Länder-Überwachungsbehörden an die Hersteller heran, um über geänderte Herstellerverfahren oder eine andere Rezeptur niedrigere Werte zu erreichen. Die Signalwerte werden kontinuierlich herabgesetzt, die aktuellen Werte werden, differenziert nach Warengruppen wie z.B. Spekulatius, Kartoffelchips, Feine Backwaren aus Mürbeteig etc. vom Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit veröffentlicht.

Im Winter 2006 sorgte Cumarin für Schlagzeilen, nachdem in Weihnachtsgebäck eine gegenüber dem gesetzlichen Höchstwert vielfach erhöhte Menge des Aromas gefunden wurde. Cumarin ist ein natürlich vorkommender Pflanzenstoff, der z.B. im Waldmeister, in der Weichselkirsche, in Datteln sowie im Zimt enthalten ist. Der Grenzwert liegt in Deutschland bei 2 Milligramm pro kg Lebensmittel.³⁵ Trotz größerer Proteste wurden im Jahr 2007 erneut Lebensmittel entdeckt, die den Grenzwert bis zu zwanzigfach überschritten.

Ein weiteres Gesundheitsthema für die Süßwarenindustrie ist Karies. Die Süßwarenhersteller reagieren mit einem wachsenden Angebot von zuckerfreien Produkten darauf. Anstelle von Zucker enthalten sie Zuckeraustauschstoffe, wie z. B. Isomalt, Maltit oder Sorbit. Im Handel haben sich die zuckerfreien Süßwaren schnell im Sortiment etabliert. 1988 wurden die ersten zuckerfreien Produkte in Deutschland im Handel angeboten, seither ist die Nachfrage kontinuierlich gestiegen. Bereits 3 von 4 Kaugummi und jedes vierte Bonbon wird derzeit ohne Zucker hergestellt. Zuckeraustauschstoffe und Süßstoffe sind unterschiedliche Substanzen. Süßstoffe verleihen zusätzliche Süße, können jedoch nicht als körpergebender Hauptbestandteil bei der Produktion von Süßwaren eingesetzt werden. Die Bedeutung der Süßstoffe liegen vor allem im diätetischen Bereich, z.B. bei Übergewicht oder bei Diabetes. Bis heute ist umstritten, ob Saccharin oder Cyc-

34 Bvl.bund.de

35 Aromenverordnung vom 22.12.1981

lamat gesundheitsgefährdend und insbesondere krebserregend sind. Zuckeraustauschstoffe verleihen Süßwaren Volumen und können deshalb als Zuckerersatz eingesetzt werden. Zuckeraustauschstoffe verursachen keine Karies. Sie haben mit 2,4 kcal pro Gramm nur halb so viele Kalorien und sind auch für Diabetiker geeignet.

Zuckeraustauschstoffe werden auf der Basis unterschiedlicher Rohstoffe gewonnen: Isomalt basiert auf der Zuckerrübe, Lactit hat Milchzucker (also die Lactose) zur Grundlage, Maltit und Mannit gewinnt man aus Stärke (aus Mais, Weizen oder Kartoffeln), Sorbit aus Maisstärke und Xylit aus Birkenholz.

Bonbons und Kaugummis dominieren bislang bei uns den Markt der zuckerfreien Süßwaren. Sie sind unter verschiedenen Markennamen erhältlich. Möglich ist der Einsatz (speziell von Isomalt) in vielen weiteren Bereichen: in Schokolade, Backwaren sowie -mischungen, Eiscreme, Konfitüre, Marzipan, Nougat und Krokant. Allerdings ist Zucker auch ein Geschmacksträger und aus diesem Grunde nicht grundsätzlich substituierbar.

Als Hinweis auf die Verwendung von Zuckeraustauschstoffen bzw. Süßstoffen müssen Produkte, die Zuckeraustauschstoffe und/oder Süßstoffe enthalten, mit dem Hinweis »mit Süßungsmitteln« gekennzeichnet werden. Seit der Umsetzung der EU-Richtlinie für Süßungsmittel in deutsches Recht wird bei der Kennzeichnung von Lebensmitteln grundsätzlich nicht mehr nach Süßstoffen und Zuckeraustauschstoffen unterschieden.

Im November 2007 berichtete Stiftung Warentest über Schadstoffe in Bitterschokolade, darunter Benzpyren. Dieser Stoff gehört zur Gruppe der polzyklischen aromatischen Kohlenwasserstoffe (PAK) und gilt als einer der stärksten Krebserreger. Er kann die Fortpflanzungsfähigkeit des Menschen beeinträchtigen und ungeborene Kinder schädigen. Dieser Stoff wurde in einer Bioschokolade von Rapunzel gefunden, die daraufhin das Produkt vom Markt nahm.³⁶ Ursächlich war allerdings die Verpackung an der Kontaminierung schuld. Ferner enthielten alle getesteten Produkte das Schwermetall Cadmium, das in hoher Dosierung zu Übelkeit oder Nierenschäden führen kann. Es gibt allerdings keinen Grenzwert für Cadmium in Schokolade.³⁷

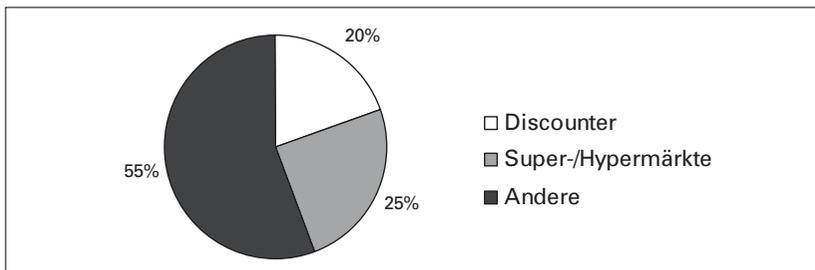
36 Vgl. LZ News 23.11.2007

37 Sieger im Test von Bitterschokolade sind die Edelhandelsmarken von Aldi (Moser-Roth) und Lidl (J.D. Gross) sowie die fair gehandelte Lidl Fairtrade. In das Testergebnis fließen allerdings neben der Schadstoffbelastung auch der Preis, die sensorische Fehlerfreiheit, die mikrobiologische Qualität, die Verpackung und die Deklaration ein, vgl. test.de und Hamburger Abendblatt vom 23.11.2007.

2.4 Rolle und Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels (LEH)

In Deutschland gibt es einen Trend zu großen Lebensmittelgeschäften. Seit 1995 mussten rund 20.000 kleinere Lebensmittelgeschäfte schließen. Im gleichen Zeitraum wuchsen die Hypermärkte (ab 4.000 qm) um 242 Prozent und die Discounter um 50 Prozent. Der Lebensmitteleinzelhandel und die Discounter vertrieben im Jahre 2004 in Deutschland 44,3 Prozent der Süßwaren (Vgl. Abb. 12).³⁸ Außerdem plant die Unternehmensgruppe Schwarz, zu der auch der Discounter Lidl gehört, den Bau einer Schokoladenfabrik am Niederrhein³⁹.

Abb. 12: Süßwarenverkauf in Deutschland 2004



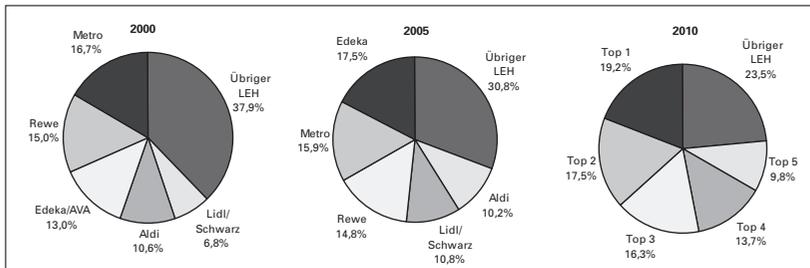
Quelle: Datamonitor, Confectionery in Germany Dez. 2005

Die fünf größten Lebensmitteleinzelhändler im Food-Bereich hatten im Jahr 2006 einen Marktanteil von rund 70 Prozent (Vgl. Abb. 13). Mit vergleichendem Blick auf Spanien, Großbritannien oder Frankreich scheint der LEH in Deutschland noch nicht am Ende des Konzentrationsprozesses zu stehen. Experten prognostizieren eine weitere Konzentration im deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

³⁸ Aktuellere Daten liegen nicht vor.

³⁹ Geplant ist eine Produktionsstätte für Schokolade, eine Backwarenfabrik und eine Kakaobonenrösterei. Die Fabrik soll voraussichtlich im Frühjahr 2009 den Betrieb aufnehmen.

Abb. 13: Konzentration im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

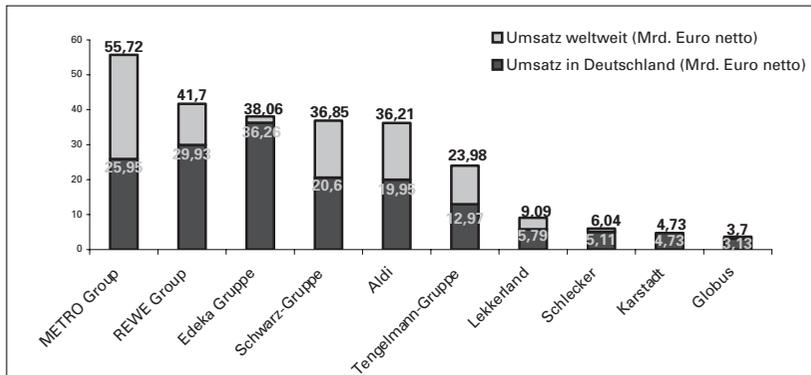


Quelle: eigene Abbildung nach KPMG/Euro-Handelsinstitut (2004): Trends im Handel 2010. S. 52

Demnach wird der Anteil der Discounter, der zwischen 2000 und 2005 bereits um 3,6 Prozentpunkte gewachsen ist, von 2005 bis 2010 um 2,5 Prozentpunkte zulasten des Übrigen Einzelhandels weiter anwachsen. Die Marktanteile der Top 5, die im Jahr 2000 noch 62,1 Prozent betragen, waren im Jahr 2005 bereits auf 69,2 Prozent angewachsen und werden voraussichtlich bis zum Jahr 2010 auf 76,5 Prozent steigen. Verlierer ist der übrige Einzelhandel, der bereits 7,1 Prozentpunkte verloren hat und bis zum Jahr 2010 voraussichtlich noch weitere 7,3 Prozentpunkte verlieren wird.

Der Lebensmitteleinzelhandel generiert inzwischen große Umsatzanteile international (über 50 Prozent in der Metro-Gruppe). Durch die Konzentration stärkt der Einzelhandel seine Marktmacht bzw. Verhandlungsposition gegenüber der Süßwarenindustrie und insbesondere gegenüber den Herstellern von Süßwaren und Feinen Backwaren, die einen vergleichsweise geringen Konzentrationsgrad aufweisen.

Abb. 14: Top 10 im Lebensmitteleinzelhandel nach Gesamtumsatz 2006



Quelle: Metro-Handelslexikon 2006/2007

Im Lebensmitteleinzelhandel hat die Eigenmarke bzw. Handelsmarke in den letzten Jahren einen Siegeszug erlebt. Auch durch das immense Wachstum der Discounter, die traditionell fast ausschließlich Handelsmarken vertreiben, ist die Kaufbereitschaft für diese stark gestiegen. Ein Blick auf die Entwicklung der Vertriebs-schienen zeigt, dass neben den Discountern vor allem die Drogeriemärkte an Anteilen gewinnen (Vgl. Abb. 15).

Abb. 15: Entwicklung der Vertriebs-schienen 2005/06

Discounter und Drogeriemärkte machen das süße Geschäft
Entwicklung der Vertriebs-schienen

	Umsatz in Mio. Euro 2005 bis KW 31	Umsatz in Mio. Euro 2006 bis KW 31	Veränderung in Prozent
Gesamtmarkt*	5 319,5	5 398,6	1,5
Aldi	945,0	1 006,7	6,5
Impuls	376,2	355,3	-5,6
Drogeriemärkte	268,6	278,4	3,6
SB-Warenhäuser	554,0	520,4	-6,1
VM groß	617,3	613,0	-0,7
VM klein	571,4	576,3	0,9
Discounter	1 239,1	1 327,8	7,2
Supermärkte	402,5	395,6	-1,7
Restliche Geschäfte	345,9	325,2	-6,0

* keine Saisonartikel
Quelle: ACNielsen

Lebensmittel
Zeitung

Quelle: AC Nielsen, Lebensmittelzeitung

Bereits zwischen 2005 und 2006 ist Aldi etwas langsamer gewachsen als der Discount insgesamt (Vgl. Abb. 15). Von Mitte 2006 bis Mitte 2007 hat Aldi sogar 10,8 Prozent Anteile verloren, während die Drogeriemärkte und die sonstigen Discounter weiter Anteile gewonnen haben.⁴⁰ Dem Trend zum Discount widersetzen sich immer weniger Süßwarenhersteller. Ausnahmen sind zum Beispiel die Bremer Chocolate-Fabrik Hachez oder die ehemalige VEB Nugat- und Marzipanfabrik, jetzt Viba Sweets, die beide keine Handelsmarken produzieren. Viba Sweets baut darüber hinaus sukzessive ein eigenes Vertriebsnetz über seine »Viba Shops« auf.

Werbeslogan wie »geiz ist geil« gibt es zwar bei den Süßwaren, Feinen Backwaren und beim Speiseeis nicht, dennoch unterliegt auch dieses Markt in Deutschland einer sehr hohen Preissensibilität. Da Premiummarken nicht ständig als Sonderangebote »verschleudert« werden können, aber dennoch beim Kunden hohe Produktqualität gefragt ist, wächst nicht nur die Zahl der Eigenmarken, sondern auch deren Qualität. Dies geht vor allem zu Lasten der B- und C-Markenhersteller, die immer weiter aus dem Sortiment des Lebensmitteleinzelhandels verschwinden.

Aus Sicht der Hersteller ist die Handelsmarke ein zweiseitiges Schwert. Sie kann bei den Herstellern zu einer besseren Auslastung der Kapazitäten und damit zur Kostendegression führen. Es kommt jedoch auch durch den Zuwachs der Eigenmarken im Discount und Lebensmitteleinzelhandel zur Verdrängung der Markenprodukte in den Regalen der Geschäfte. Premiummarken haben deutlich höhere Gewinnmargen als Handelsmarken (sofern diese überhaupt in die Gewinnzone kommen).

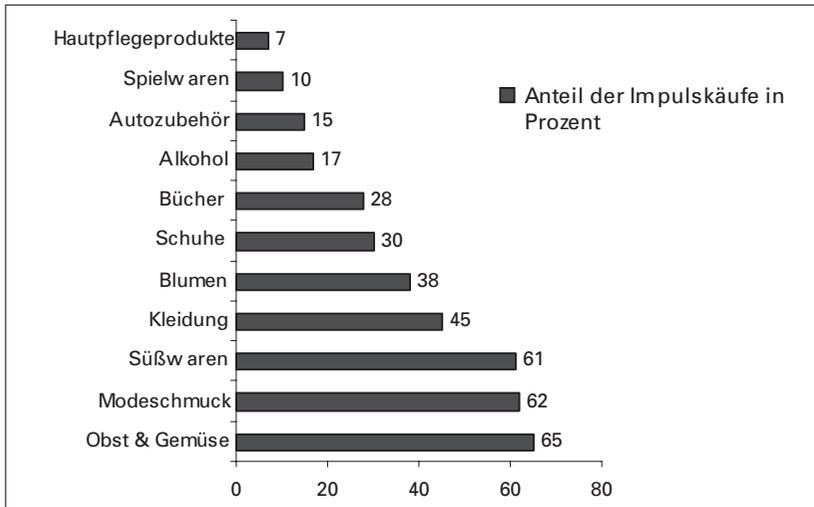
In der Süßwarenbranche findet das gegenwärtige Wachstum im Wesentlichen im Premiumsegment und bei den Handelsmarken statt. Die Anbieter im mittleren Segment verlieren Marktanteile. Der Süßwarenmarkt unterteilt sich immer mehr in ein Niedrigpreis- und ein Premiumsegment. Im Niedrigpreissegment, vorrangig durch Discounter geprägt, nimmt der Preiswettbewerb weiter zu. Das Marktsegment im Premiumbereich zeichnet sich immer noch durch Produktinnovationen, hochwertige Qualität und höhere Margen aus. In 2004 erzielten Premiummarken einen Zuwachs von 41,9 Prozent⁴¹. Vor diesem Hintergrund ist es nachvollziehbar, dass auch der Discount zunehmend Premiummarken ins Angebotsportfolio

40 Vgl. AC Nielsen

41 Branchenbericht 2006, Gewerkschaft NGG

aufnimmt, bzw. versucht, mit Eigenmarken ins Premiumsegment vorzudringen.⁴² So erweitert z.B. Aldi Süd sein Sortiment um die Produkte des Marktführers Ferrero. Da diese Artikel zur so genannten Impulswarengruppe⁴³ zählen, erwarten Experten von dieser Sortimentserweiterung eine zweistellige Zuwachsrate im Süßwarenbereich von Aldi Süd.

Abb. 16: Impulsstarke Kategorien



Quelle: Institut für Marken und Kommunikationsforschung

Rund 61 Prozent der Süßwarenkäufe sind nicht geplant. Unter den Impulskäufen rangieren die Süßwaren damit direkt hinter Obst und Gemüse sowie Modeschmuck (Vgl. Abb. 16). Darüber hinaus wird keine Artikelgruppe pro Einkauf so oft gekauft wie die sogenannten Naschartikel. Sie erreichen die höchste Frequenz unter allen Warengruppen.

Für einen Impulskauf spielt in erster Linie die Platzierung am Point of Sale eine Rolle. Ohne Sichtkontakt kann es auch nicht zu einem Impulskauf kommen. Eine Kundenanalyse von etwa 20.000 einkaufenden Personen hat gezeigt, dass jeder zweite Kunde, der Süßigkeiten wahrnimmt, sie auch kauft⁴⁴. Der Lebens-

42 Vgl. Fußnote 40

43 Impulswaren zeichnen sich dadurch aus, dass der Kauf im Vorfeld nicht geplant war. Es kommt erst in der Situation des Einkaufens zu emotionalen und spontanen Impulskäufen.

44 lz-net.de: Platzierung: Mehr Sicht erhöht Süßwarenverkauf, 26.01.2007

mitteleinzelhandel nimmt also einen großen Einfluss durch die Platzierung der Waren. Das heißt, er kann durch geschickte Veränderung des Ladenlayouts das Kaufverhalten der Verbraucher stark beeinflussen, besonders bei low-involvement Produkten,⁴⁵ die durch emotionale Erregung zu Impulskäufen führen.

Neben der Platzierung nimmt der Einzelhandel durch die Auswahl des Produktsortimentes Einfluss auf das Konsum- und Markenverhalten der Verbraucher. Besonders Discountern, deren Marktanteil auch im Süßwarenbereich stetig zunimmt, wird die Verdrängung von Markenprodukten und damit von Produktvielfalt angelastet. Den Discountern wird damit nicht nur die Verantwortung für den wachsenden Preisdruck, sondern auch die Verantwortung für Kaufzurückhaltung aufgrund der zurückgehenden Produktvielfalt zugeschrieben. Verbraucher gehen insgesamt seltener einkaufen, wobei bereits jeder zweite Einkauf heute beim Discounter erfolgt.

Da der Lebensmitteleinzelhandel und der Discount im Süßwarengeschäft nun vermehrt die Einführung von Premium-Handelsmarken planen, wird es zu weiteren Verdrängungseffekten um die begehrten Regalplätze kommen.

Zu dem Preisdruck, der aus der Konzentration des Handels und dem Trend zum Discount resultiert, kommt für die Süßwarenindustrie der Preisanstieg bei vielen Rohstoffen, der durch sinkende Preise beim Rohstoff Zucker nicht ausgeglichen werden kann⁴⁶.

2.5 Rohstoffentwicklung

2.5.1 Rohstoffmärkte

Die Preise für die Rohstoffe, welche die Süßwarenindustrie benötigt, sind in den letzten Jahren stark angestiegen. Nicht nur Lebensmittelrohstoffe wie Rohkakao, Kartoffeln, Getreide, Nüsse oder Milch sind deutlich teurer geworden, auch die Preise für Energie steigen. Der gestiegene Ölpreis betrifft die Branche insofern besonders, als Verpackungsmaterial häufig aus Erdöl hergestellt wird. Die Ursachen für die Preissteigerungen sind vielfältig.

45 Produkte, die kaum oder gar nicht erklärungsbedürftig sind und ohne Service auskommen.

46 Aus der Zuckerindustrie kommen inzwischen Forderungen, die gestiegenen Energiekosten über den Zuckerpreis abzuwälzen.

Durch den Klimawandel kommt es immer häufiger zu Hochwasser und Dürreperioden. Besonders betroffen sind die Mittelmeeranrainerstaaten, die zu den wichtigen Getreidelieferanten gehören. In der Folge kommt es zu Ernteausfällen; die wiederum verknappen das Nahrungsangebot und verteuern die Preise.⁴⁷ Nach Angaben des Verbandes deutscher Großbäckereien muss die Branche beispielsweise für Bio-Getreide bis zu 65 Prozent und für konventionelles Getreide bis zu 24 Prozent mehr zahlen als bislang.⁴⁸ Als Grund für den extremen Anstieg der Rohstoffpreise führt der Verband neben den Witterungseinflüssen an, dass ein Drittel der Roggenernte zu Spirit verarbeitet wird. Aus Getreide gewonnenes Bioethanol kommt als Umwelt schonende Kraftstoffalternative eine immer größere Bedeutung zu. Allein in Deutschland soll der Anteil an Biospirit in den nächsten drei Jahren auf rund acht Prozent gesteigert werden. Das treibt den Preis für Weizen zusätzlich nach oben.⁴⁹

Für die Preissteigerung bei der Milchproduktion sind vielfältige Gründe zu nennen: Die Preise für Futtermittel sind stark gestiegen, für viele Bauern ist die Produktion von Rohstoffen für Bioenergie attraktiver als die Milchproduktion und die weltweite Nachfrage steigt.⁵⁰ Dazu kommt ein sinkendes Angebot aufgrund einer Dürreperiode in Australien.⁵¹

Das EU-Parlament und der EU-Agrarministerrat haben daher im September diesen Jahres beschlossen, die seit 1992 geltende Stilllegungsverpflichtung erstmals auf Null zu setzen.⁵² Bislang waren die Landwirte verpflichtet, einen gewissen Anteil ihre Fläche stillzulegen. Lediglich die Erzeugung von nachwachsenden Rohstoffen war auf diesen Flächen gestattet. Von der Maßnahme erhofft sich die EU eine Verbesserung der Versorgungslage mit Getreide, die jedoch frühestens zur Ernte 2008 greifen wird.

Die Nahrungsmittelbranche wehrt sich seit geraumer Zeit gegen die Subventionierung von Bioenergie. In Deutschland werden mehr als 2 Millionen ha Ackerland für nachwachsende Rohstoffe genutzt, fünfmal mehr als Ende der neunziger Jahre. Der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI) fordert

47 Handelsblatt.com Christian Panster: Wachsender Hunger, 24.9.2007

48 Vgl. LZ-News 20.09. 2007, Sorgenfalten wegen Rohstoffkosten

49 Handelsblatt.com Christian Panster: Wachsender Hunger, 24.9.2007

50 Vgl. LZ-News 20.09. 2007, Sorgenfalten wegen Rohstoffkosten

51 Vgl. Spiegel-online: Susanne Amann: Dürre, Fluten, Chinas Durst – wieso Milch so teuer wird, 30. 07 2007

52 Landesbauernverband Brandenburg, <http://www.lbv-brandenburg.de/content/artikel/2092.html>, 1.10.2007

die Überprüfung der Subventionen für erneuerbare Energien, die aus Feldfrüchten hergestellt werden, und der zeitlichen Vorgaben sowie der Höhe des Beimischungszwangs von Bioethanol.⁵³

Die Entwicklung zwingt die Unternehmen der Süßwarenindustrie, ähnlich wie andere Branchen der Nahrungsmittelindustrie, ihre Preise zu erhöhen. Erste Preiserhöhungen wurden bereits umgesetzt, manche Unternehmen haben Preiserhöhungen für 2008 angekündigt.⁵⁴ Es werden harte Verhandlungen mit dem Lebensmitteleinzelhandel erwartet. Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels hat bereits angekündigt, dass es seiner Ansicht nach in Deutschland keine Welle von Preiserhöhungen bei Lebensmitteln geben werde.⁵⁵

2.5.2 Zuckerproduktion in der EU

In der EU gibt es über 325 000 Zuckerrübenanbauer (230.000 in der EU-15, 95.000 in den neuen Mitgliedstaaten). Die Zuckererzeugung der EU-25 schwankt jährlich zwischen rund 19 bis 20 Millionen Tonnen. Zucker wird in allen Mitgliedstaaten außer Zypern, Estland, Luxemburg und Malta erzeugt. Frankreich, Deutschland und Polen sind die größten Erzeuger und stellen über die Hälfte der Zuckererzeugung in der erweiterten EU, gefolgt von Italien und dem Vereinigten Königreich. Die Wirtschaftlichkeit der Zuckererzeugung ist in den einzelnen Mitgliedstaaten sehr unterschiedlich. 2004/2005 gab es in der EU-25 70 Zuckerunternehmen mit 203 Fabriken (Vgl. Tab. 3).

53 Vorrang für Lebensmittel, Position des BDSI, bdsi.de

54 Ab November reagiert beispielsweise Bahlsen mit einer Verteuerung zwischen 8 und 10 Prozent. Auch der Schokoladenfabrikant Lambertz hat angekündigt, die Preise spätestens zum Jahresende 2007 zu erhöhen, vgl. LZ-News 1.11. 2007, Ende der Preisanstiege nicht absehbar. Der Schweizer Edelschokoladenhersteller Lindt & Sprüngli hat angekündigt, wegen erhöhter Rohstoffpreise mit Beginn des Jahres 2008 den Schokoladenpreis um sechs bis zehn Prozent anheben, vgl. Handelsblatt Nr. 178 vom 14.09.07 Seite 24.

55 Vgl. LZ-News 20.09. 2007, Sorgenfalten wegen Rohstoffkosten

Tab. 3: Zuckerhersteller und Zuckerfabriken in der EU-25 2004/05

Mitgliedstaat	Zucker- unternehmen	Zuckerfabriken
Belgien	2	6
Tschechische Republik	7	11
Dänemark	1	3
Deutschland	5	26
Griechenland	1	5
Spanien	3	11
Frankreich (Mutterland)	13	32
Frankreich (DOM) ¹	5	5
Irland	1	2
Italien	5	17
Lettland	2	2
Litauen	2	4
Ungarn	3	5
Niederlande	2	5
Österreich	1	3
Polen	5	43
Portugal (Festland)	3	3
Portugal (Azoren)	1	1
Slowenien	1	1
Slowakei	3	5
Finnland	1	3
Schweden	1	3
Vereinigtes Königreich	2	7
EU-25	70	203

Quelle: Die Europäische Zuckerwirtschaft in Zahlen, S. 2

Der Weltmarktanteil der EU-25 beträgt bei der Erzeugung 14 Prozent, beim Verbrauch 12 Prozent, bei den Exporten 12 Prozent und bei den Importen 5 Prozent. Die weltgrößten Zuckerproduzenten sind Brasilien und Indien.

2.5.3 EU-Zuckermarktreform

Seit 1967 gibt es eine Zuckermarktordnung der EU. Durch sie war die Zuckerproduktion für die europäischen Erzeuger hochprofitabel. Zölle schützten den Zuckermarkt vor billigerer Konkurrenz außerhalb der EU, intern wurde die Produktion mit Hilfe von Quoten geregelt. Die wesentlichen Bestandteile der bisherigen Zuckerregelung waren Stützungspreise (Mindestpreis für Zuckerrübenanbauer und Garantiepreis zur Marktstützung), Produktionsquoten zur Begrenzung der Überschusserzeugung, Zölle und Kontingente für Importe aus Drittländern und Subventionen für den Export von Überschüssen aus der EU. 19 AKP-Staaten (Entwicklungsländer) sowie Indien wurde 1975 für begrenzte Mengen ein präferentieller Zugang zum europäischen Zuckermarkt gewährt. Anfang der 90er Jahre gab es erste Bestrebungen der Zucker verarbeitenden Industrie, die Zuckermarktordnung anzugehen, um sinkende Preise zu erzielen. Die europäischen Zuckerpreise waren vor der Reform zwei bis drei mal höher als auf dem Weltmarkt⁵⁶ und wurden durch die Zuckermarktordnung künstlich hoch gehalten. Daneben war ein weiterer Grund für die Reform, dass die Regelungen am 30. Juni 2006 ausliefen. Darüber hinaus war die EU vor dem Berufungsgremium der Welthandelsorganisation (WTO) unterlegen, wo Australien, Brasilien und Thailand Beschwerde gegen bestimmte Aspekte der Zuckerregelung vorgebracht hatten.

In den Jahren 2000/2001 wurde im Rahmen der »Alles-außer-Waffen-Initiative« festgelegt, dass die 49 am wenigsten entwickelten Länder alle Waren mit Ausnahme von Waffen und Munition zollfrei in die EU einführen können. Ein Problem sind dabei Dreiecksgeschäfte (SWAP), bei denen die ärmsten Länder Zucker teuer in die EU liefern und den eigenen Bedarf über billige Importe decken. Die Verbände und die Gewerkschaft NGG haben geschlossenen Aufschub erwirkt, aber ab 2009 wird es keine Mengenbeschränkungen mehr geben. Bereits seit 2006 werden die Handelsbarrieren kontinuierlich abgebaut. Dadurch wird es mittelfristig aus diesen Ländern Importe von 3-4 Millionen Tonnen geben.

Am 24. November 2005 erzielte der EU-Ministerrat eine politische Einigung über die Reform der gemeinsamen Marktorganisation für Zucker (»Zuckerrege-

56 Allerdings muss einschränkend gesagt werden, dass Zucker in der Regel nirgendwo zu Weltmarktpreisen erhältlich war (beispielsweise auch nicht in Brasilien), der Weltmarktpreis gilt immer nur für den überschüssigen Zucker, der exportiert wird.

lung«). Die Rechtstexte wurden am 20. Februar 2006 verabschiedet und am 28. Februar veröffentlicht⁵⁷. Formal handelt es sich um drei Ratsverordnungen:

- Änderungen zur eigentlichen Zuckermarktordnung
- Einbeziehung der Zuckerrübenanbauer in die Betriebsprämienregelung
- befristete Regelung zur Umstrukturierung der Zuckerindustrie.

Die Reform tritt schrittweise in Kraft, beginnend am 1. Juli 2006. Für den Strukturwandel wurde eine Übergangszeit von 2006/07 bis 2009/10 eingeräumt.

Die EU-Stützungspreise werden durch einen »Referenzpreis« ersetzt. Der Referenzpreis für Weißzucker und für Rohzucker wird in vier Stufen von 2006/07 bis 2009/10 um 36 Prozent gesenkt, der Mindestpreis für Zuckerrüben wird ab 2009/10 um knapp 40 Prozent auf 26,3 EUR/t gesenkt. Das Interventionssystem, d.h. der von der EU finanzierte Ankauf zur Einlagerung, wird während der vierjährigen Übergangszeit als Sicherheitsnetz beibehalten und ab 2010/11 abgeschafft. Landwirte erhalten Anreize, ihre Quoten aufzugeben.

Die Zuckerrübenanbauer erhalten Direktzahlungen (64,2 Prozent des aus den Preissenkungen resultierenden Einkommensverlusts), die für alle 25 Mitgliedstaaten gleich berechnet werden. Die Direktzahlungen werden von der Produktion entkoppelt⁵⁸ und in die Betriebsprämienregelung einbezogen. Die Zahlung ist daher an die »Einhaltung anderweitiger Verpflichtungen« gebunden, wonach die Landwirte die Zahlungen erhalten, wenn sie bestimmte Umwelt-, Gesundheits- und Tierschutzstandards erfüllen.⁵⁹

In den ersten vier Jahren gibt es keine obligatorischen Quotenkürzungen, um wettbewerbsfähige Erzeuger nicht zu schwächen. Dahinter steht die Hoffnung, dass die freiwillige Umstrukturierung zu einer ausreichenden Verringerung der Quoten führen wird. Über einen befristeten Umstrukturierungsfonds erhalten wettbewerbsschwache Erzeuger einen deutlichen Anreiz, die Zuckerproduktion aufzugeben. Am Ende des Vierjahreszeitraums können für alle Mitgliedstaaten pauschale Quotenkürzungen eingeführt werden, sofern die Marktlage dies erfordert. Da derzeit eine solche pauschale Kürzung wahrscheinlich wäre, hat der EU-Wirtschafts- und Finanzministerrat am 9. Oktober Änderungen verabschiedet, um die für 2010 drohenden, dann unvergüteten Zwangskürzungen zu verhindern. Bisher wurden anstelle der erforderlichen 6 Millionen Quotentonnen nur Liefer-

57 Vgl. http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/sugar/index_de.htm

58 d.h., die Förderung des Landwirtschaftsbetriebs ist nicht mehr an die Produktion oder den Preis eines bestimmten Agrarerzeugnisses geknüpft.

59 Sog. Cross Compliance, Ergebnis der GAP-Reform von 2003 ff.

rechte in Höhe von 2,2 Millionen Tonnen abgegeben. Hinzu kommt, dass gerade in der angelaufenen Kampagne günstige Witterungsverhältnisse zu überdurchschnittlichen Erträgen geführt haben. Bei Antragstellung bis zum 31. Januar 2008 wird den Konzernen daher nun einmalig eine deutlich höhere Prämie für ihre Quote geboten. Zusätzlich wird der jährliche Beitrag in den Restrukturierungsfonds erlassen, aus dem Prämien-Rückgaben finanziert werden. Reicht das Ausmaß der abgegebenen Rechte nicht aus, so können Aufstockungen des jeweiligen Volumens bis zum 31. März die in drei Jahren drohenden Zwangskürzungen verhindern.

Die europäische Zuckerindustrie hat bereits vor der Zuckermarktreform einen weitreichenden Strukturwandel hinter sich gebracht. In Westdeutschland gab es 1982 noch 27 Unternehmen mit 49 Fabriken, nach der Wiedervereinigung waren es nur noch 43 Fabriken. Heute gibt es noch fünf Zucker erzeugende Unternehmen: die Nordzucker AG, die Südzucker AG, Danisco⁶⁰, Pfeifer & Langen KG sowie die Jülich AG, die allerdings 2006 von Pfeifer & Langen übernommen wurde.

Die Nordzucker AG Braunschweig hat angekündigt, in Folge der Zuckermarktreform ihr Werk im mecklenburg-vorpommerischen Güstrow nach der laufenden Kampagne zu schließen. Südzucker will 2008 die Werke Groß-Gerau und Regensburg schließen.

Als Folge der Zuckermarktreform wird es innerhalb der Gesamtproduktion der EU nach und nach zu Verlagerungen zwischen Regionen und Mitgliedstaaten kommen. Die sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen der Produktionsaufgabe sollen durch die Umstellungsregelungen abgefedert werden. Bei den Rübenenerzeugern ist mit keinen bedeutenden Auswirkungen auf die Beschäftigung zu rechnen, da sich diejenigen, die den Rübenanbau einstellen, alternativen Anbauerzeugnissen zuwenden werden. Dabei spielt die Produktion von Bioethanol eine Rolle. Der Preis für Zucker wird sinken⁶¹. Dass dies für die Verbraucher von Süßwaren spürbare Auswirkungen hat, ist jedoch unwahrscheinlich, da Zucker bei vielen Süßwaren nur eine von vielen Zutaten ist. Und die Preise bei anderen Rohstoffen steigen seit einiger Zeit so stark an, dass der sinkende Zuckerpreis sie aus Sicht der Unternehmen nicht kompensieren kann.

60 Danisco (von dänisch Dansk Handels- og Industri-Compagni, »Dänische Handels- und Industriegesellschaft«) ist ein dänischer Lebensmittelkonzern mit Hauptsitz in Kopenhagen, der in Deutschland eine Zuckerfabrik in Anklam betreibt. Weitere Zuckerfabriken betreibt Danisco in Dänemark, Finnland, Schweden und – im Rahmen eines Joint Venture – in Litauen.

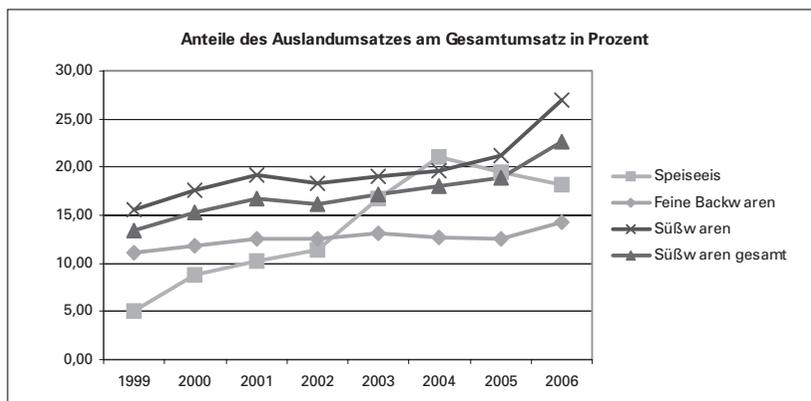
61 Vgl. Europäische Kommission, »Die Europäische Zuckerwirtschaft – eine wettbewerbsfähige Zukunftsperspektive«, S.29, September 2006

Insgesamt spielt die Zuckermarktreform und der daraus resultierende sinkende Zuckerpreis bei den Süßwarenproduzenten keine große Rolle.

2.6 Im-/Export und internationaler Markt

Die stabile Entwicklung der Süßwarenindustrie ist zum großen Teil auf den steigenden Exportanteil zurückzuführen. In allen Sparten steigt der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz kontinuierlich an, lediglich im Speiseeis sinkt er im Jahr 2006 (Vgl. Abb. 17).⁶²

Abb. 17: Entwicklung des Auslandsumsatzes



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen⁶³

Die deutsche Süßwarenindustrie hat im Jahr 2006 für rund 3,5 Mrd. € exportiert, das entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr von 2,2 Prozent. Der mengenmäßige Anstieg betrug allerdings lediglich 1,2 Prozent. Es wurden also im wachsenden Maße höherwertige Produkte exportiert. Die Entwicklung verläuft hier anders als auf dem deutschen Binnenmarkt, wo die Preise tendenziell sinken.⁶⁴ Rund 83 Prozent des Exportes gingen in die EU. Die größten Abnehmerlän-

62 Das Absinken des Anteils des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz in der Sparte Speiseeis im Jahr 2004 zeichnet vermutlich kein realistisches Bild, vgl. Erläuterung in Kap. 2.1

63 Zur Zahl vom Jahr 2004 beim Speiseeis vgl. Anm. 15.

64 Vgl. Kap. 2.2.

der sind Frankreich mit knapp einem Fünftel des Exportanteils sowie Österreich, Großbritannien und die Niederlande (Vgl. Tab. 4).

Tab. 4: Abnehmerländer von deutschen Süßwaren 2006

	2006 Menge in t	2006 Wert in Tsd. €
Ausfuhr in EU gesamt	1.066.968	2.914.272
Frankreich	203.545	565.363
Österreich	121.634	372.555
Großbritannien	99.089	311.738
Niederlande	136.165	295.449
Polen	63.738	158.337
	Anteil in % am Gesamt-EU	
Frankreich	19,08	19,40
Österreich	11,40	12,78
Großbritannien	9,29	10,70
Niederlande	12,76	10,14
Polen	5,97	5,43

Quelle: BDSI Süßwarentaschenbuch 2006/07, eigene Berechnungen

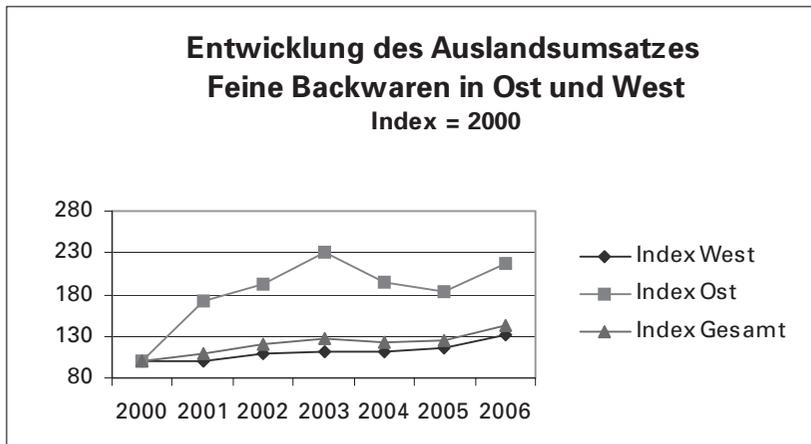
Der Anteil Polens am deutschen Export betrug 2006 mengenmäßig knapp 6 Prozent und wertmäßig 5,43 Prozent; damit liegt Polen auf Rang 8 der Importeure deutscher Süßwaren in Europa. Polen importierte im Jahr 2006 ca. 30 Prozent mehr Süßwaren aus Deutschland als im Jahr zuvor, während der deutsche Export in die vier größten Abnehmerländer sowie in die gesamte EU leicht zurückging. Dafür stieg der Export außerhalb der EU um ca. 20 Prozent an. Hauptabnehmerländer sind die USA, die Schweiz und Russland, die jedoch jeweils weniger aus Deutschland importieren als Polen.

Die großen Unterschiede der Mengenanteile im Vergleich zu den wertmäßigen Anteilen am deutschen Export zeigen, dass die Abnehmerländer sehr unterschiedliche Sortimente und auf unterschiedlichem Preisniveau importieren.

Eine Betrachtung der Entwicklung des Auslandsumsatzes nach Ost- und Westdeutschland getrennt ist nur für die Sparten Feine Backwaren und Süßwaren möglich, da für das Speiseeis keine differenzierten Daten verfügbar sind.⁶⁵ Bei den Feinen Backwaren steigt der Anteil des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz deutlich stärker an als im Westen (Vgl. Abb. 18).

⁶⁵ Grund dafür ist, dass es im Osten lediglich in Prenzlau Speiseeis-Produktion gib (seit 2007 Rosen Eiskrem, davor Schöller-Werke von Nestlé).

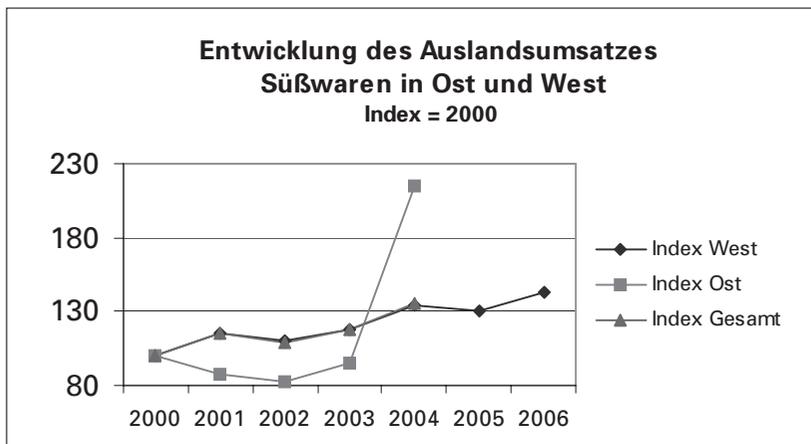
Abb. 18: Entwicklung des Auslandsumsatzes Feine Backwaren



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Bei den Süßwaren ist eine nach Ost und West differenzierte Betrachtung der Entwicklung nur bis zum Jahr 2004 sinnvoll, da es danach aufgrund der Änderung der statistischen Berechnungsgrundlage (Zurechnung Westberlins zum Osten) in Ostdeutschland zu einem exorbitanten Anstieg des Anteils des Auslandsumsatzes am Gesamtumsatz kommt (Vgl. Abb. 19).

Abb. 19: Entwicklung des Auslandsumsatzes Süßwaren



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Aber auch ohne diese Zurechnung ist der Anteil des Exportes im Osten im Jahr 2004 kräftig und im Westen leicht angestiegen.

Beim Import nach Deutschland ist die Entwicklung insgesamt leicht rückläufig, d.h. im Jahr 2006 wurden mengenmäßig ca. 3 Prozent und wertmäßig ca. 4 Prozent weniger importiert als im Jahr 2005. Hauptlieferländer in der EU sind die Niederlande, die ca. ein Drittel der nach Deutschland importierten Waren liefern, sowie Belgien und Frankreich (Vgl. Tab. 5).

Tab. 5: Lieferländer von Süßwaren nach Deutschland 2006

	2006 Menge in t	2006 Wert in Tsd. €
Einfuhr aus EU gesamt	799.816	2.088.932
Niederlande	294.772	670.486
Belgien	141.348	425.286
Frankreich	96.134	256.925
Polen	37.707	104.559
	Anteil in % an Gesamteinfuhr aus EU	
Niederlande	36,85	32,10
Belgien	17,67	20,36
Frankreich	12,02	12,30
Polen	4,71	5,01

Quelle: BDSI Süßwarentaschenbuch 2006/07, eigene Berechnungen

Polen rangiert bei den Lieferländern von Süßwaren nach Deutschland auf Rang 7. Der Import ist von 2005 auf 2006 leicht zurückgegangen.

Der Import aus Drittländern ist leicht um ca. 12 Prozent (Menge) bzw. 8,6 Prozent (Wert) angestiegen, Hauptlieferländer sind hier die Schweiz und die Türkei. Wertmäßig übersteigt der Import aus der Schweiz (144.767 Tsd. €) den Import aus Polen, mengenmäßig (30.300 t) bleibt er darunter.

2.7 Deutsche Süßwarenindustrie im europäischen Vergleich

2.7.1 Produktion im europäischen Vergleich

Bei der Süßwarenproduktion im europäischen Vergleich⁶⁶ steht Deutschland bei den Schokoladewaren mit 860.665 Tonnen im Jahr 2005 an erster Stelle⁶⁷ und erzeugt damit über 30 Prozent der gesamten EU-Produktion. An zweiter Stelle steht Großbritannien mit 530.990 Tonnen.⁶⁸ Danach kommen mit großem Abstand Frankreich (273.215 Tonnen), Belgien (239.010 Tonnen) und Italien (204.660 Tonnen). Für Polen liegen die Zahlen erst seit 2002 vor. Die Produktion bewegt sich noch auf niedrigem Niveau, hat sich allerdings von 2002 bis 2005 um über 34 Prozent gesteigert. Die Steigerungsrate in der gesamten EU betrug im Vergleichszeitraum 11 Prozent, in Deutschland 14,5 Prozent (Vgl. Tab. 6).

Tab. 6: Produktion von Schokoladewaren im europäischen Vergleich

Produktion von Schokoladewaren in t	Deutschland	Polen	Großbritannien	EU 15 gesamt
2000	719.175		520.460	2.230.450
2001	730.660		518.635	2.270.155
2002	751.410	134.305	924.940	2.456.915
2003	770.830	151.985	536.040	2.510.180
2004	855.660	174.435	540.550	2.703.460
2005	860.665	180.525	530.990	2.727.430

Quelle: BDSI Süßwertaschenbuch 2006/07 S. 74.

Bei den Feinen Backwaren⁶⁹ steht Deutschland ebenfalls an erster Stelle, erzeugt damit aber nur knapp 20 Prozent der gesamten EU-Produktion. Im Jahr 2005 wurden 753.660 Tonnen produziert. Den zweiten Platz nimmt Italien mit 569.850

66 Die folgenden Zahlen beruhen auf Angaben des europäischen Süßwarenverbandes CAOBISCO, die eine andere Systematik verwenden als das Statistische Bundesamt. Im europäischen Vergleich werden die Sparten Schokoladewaren, Feine Backwaren, Zuckerwaren und Speiseeis betrachtet, da hierfür Zahlen vorliegen.

67 Zur Definition von Schokoladewaren vgl. Kap. 2.1

68 Die Produktionszahl für Großbritannien im Jahr 2002 scheint ein statistischer Fehler zu sein, da ein so starker Anstieg und darauffolgender Abfall nicht plausibel ist.

69 Um den internationalen Vergleich zu ermöglichen, ist bei der deutschen Produktionszahl von Feinen Backwaren auch das Produkt »Käse u. ähnl. Kleingebäck, nicht gesüßt« der Fachsparte Knabberartikel enthalten. Vgl. BDSI Süßwertaschenbuch 2006/07 S. 72.

Tonnen ein, Großbritannien liegt mit einer Jahresproduktion von 545.800 Tonnen an dritter Stelle. Polen liegt immerhin bereits auf Platz 6 in der Europäischen Union. Von 2002 bis 2005 konnte Polen seine Produktion um 38,6 Prozent steigern, der Kontrast zur EU (Steigerung um 4,3 Prozent) und zu Deutschland (3,1 Prozent) fällt hier noch schärfer aus als bei den Schokoladewaren.

Tab. 7: Produktion von Feinen Backwaren im europäischen Vergleich

Produktion von Feinen Backwaren in t	Deutschland	Polen	Großbritannien	EU 15 gesamt
2000			533.890	2.603.360
2001			514.975	2.723.200
2002	731.010	194.135	504.630	3.684.100
2003	733.435	214.950	492.475	3.618.635
2004	741.205	272.420	540.720	3.825.755
2005	753.660	269.085	545.800	3.841.030

Quelle: BDSI Süßwarentaschenbuch 2006/07 S. 75

Auch bei der Produktion von Zuckerwaren⁷⁰ stand Deutschland mit 531.565 Tonnen im Jahr 2005 an erster Stelle und hatte einen Anteil von 28,3 Prozent an der Gesamtproduktion der EU. Wie bei den Schokoladewaren steht auch hier Großbritannien an zweiter Stelle, allerdings mit größerem Abstand (545.800 Tonnen). Polen konnte seine Produktion nicht ganz so stark steigern wie bei den Schokoladewaren und den Feinen Backwaren, dennoch gibt es auch bei den Zuckerwaren ein stetiges und starkes Wachstum (von 2002 bis 2005 um 25,8 Prozent). In der gesamten EU betrug das Wachstum im gleichen Zeitraum lediglich 3,2 Prozent, in Deutschland 4,3 Prozent.

⁷⁰ Zuckerwaren fallen in der deutschen Statistik unter die Süßwaren. Dazu gehören beispielsweise Bonbons, Kaugummi, Gummibonbons, Karamellen und kandierte Früchte.

Tab. 8: Produktion von Zuckerwaren im europäischen Vergleich

Produktion von Zuckerwaren in t	Deutschland	Polen	Großbritannien	EU 15 gesamt
2000	446.080		266.470	1.606.240
2001	475.055		271.940	1.670.295
2002	509.575	91.185	283.420	1.821.925
2003	516.410	118.000	279.670	1.853.425
2004	526.200	130.255	265.590	1.895.525
2005	531.565	114.725	270.905	1.879.525

Quelle: BDSI Süßwarentaschenbuch 2006/07 S. 76

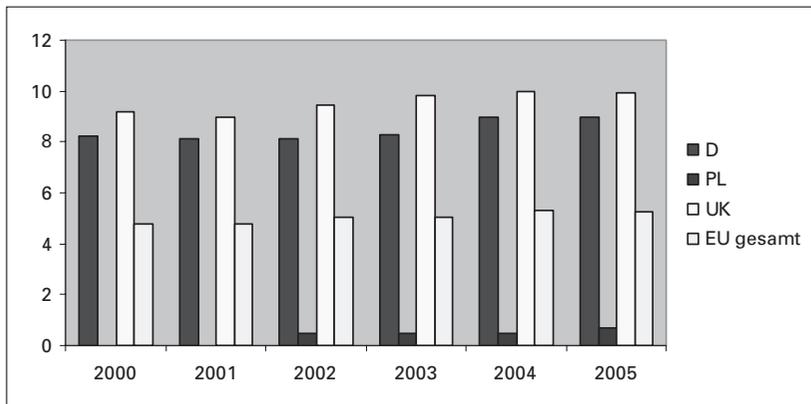
Für die Produktion von Speiseeis liegen ab dem Jahr 1999 nur noch geschätzte Zahlen vor, für den Zeitraum ab 2003 gibt es gar keine Zahlen. Daher kann das Speiseeis beim internationalen Vergleich von Produktionsmengen nicht berücksichtigt werden. In Deutschland ist der Anteil der Speiseeisproduktion an der gesamten Süßwarenproduktion in den letzten 4 Jahren kontinuierlich zurückgegangen. 2003 hat die Speiseeisproduktion noch einen Anteil von 12,1 Prozent an der gesamten Süßwarenproduktion ausgemacht und ging 2006 auf 10,2 Prozent zurück.

2.7.2 Konsum im europäischen Vergleich

Beim Pro-Kopf-Verbrauch von Schokoladewaren stand Großbritannien von 2000 bis 2004 an erster Stelle. Im Jahr 2005 jedoch konsumierte jeder Brite im Durchschnitt 9,94 Kilogramm pro Person und damit erstmals weniger als die Belgier, die im Schnitt 10,74 Kilogramm Schokoladewaren verzehrten. Deutschland steht mit 8,96 Kilogramm pro Kopf an dritter Stelle, liegt damit aber noch weit über dem EU-Durchschnitt von 5,25 Kilogramm. Schlusslicht ist Polen mit nur 0,67 Kilogramm pro Kopf und Jahr (Vgl. Abb. 20). Dies zeigt, dass die stark steigende Produktion von Schokoladewaren in Polen fast ausschließlich in den Export geht.⁷¹ In den westlichen Ländern stagniert der Verbrauch mit leichten Schwankungen nach oben und unten, in den östlichen EU-Ländern wächst er auf vergleichsweise niedrigem Niveau. Insgesamt gibt es ein Nord-Süd-Gefälle: Im Süden Europas werden tendenziell weniger Schokoladewaren konsumiert als im Norden.

71 Für Polen liegen Zahlen erst seit 2002 vor.

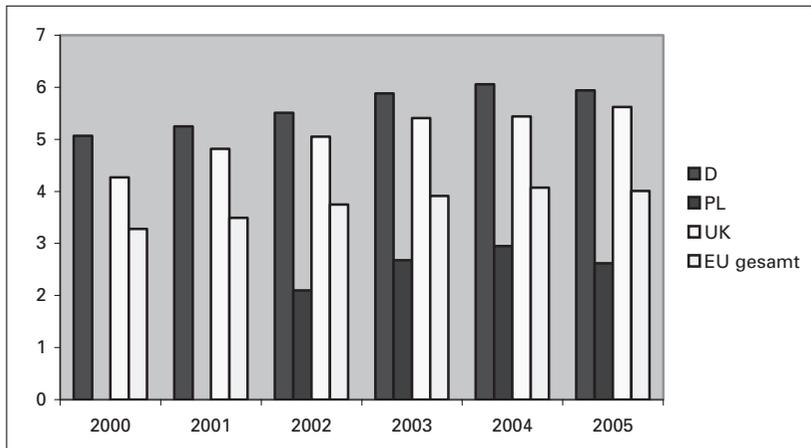
Abb. 20: Pro-Kopf-Verbrauch von Schokoladewaren in kg



Quelle: BDSI Süßwarentaschenbuch 2006/07 S. 141, eigene Darstellung

An Zuckerwaren werden in der EU pro Jahr durchschnittlich 4,01 Kilogramm pro Kopf konsumiert. Auch hier gibt es ein Nord-Süd-Gefälle. Deutschland mit 5,94 Kilogramm und Großbritannien mit 5,62 Kilogramm pro Kopf und Jahr liegen beim Konsum von Zuckerwaren weit über dem EU-Durchschnitt. Spitzenreiter ist Schweden mit einem durchschnittlichen Jahreskonsum pro Kopf von fast 12 Kilogramm. In Polen werden nur 2,62 Kilogramm pro Kopf und Jahr konsumiert. Der Konsum von Zuckerwaren hat in der EU von 2000 bis 2005 um 18 Prozent zugenommen. In Deutschland, England und Polen gab es ebenfalls eine wachsende Tendenz. In 2005 ging der Konsum in Polen, Deutschland und der EU insgesamt allerdings wieder leicht zurück, in Großbritannien ist er weiter angestiegen (Vgl. Abb.21).

Abb. 21: Pro-Kopf-Verbrauch von Zuckerwaren in kg

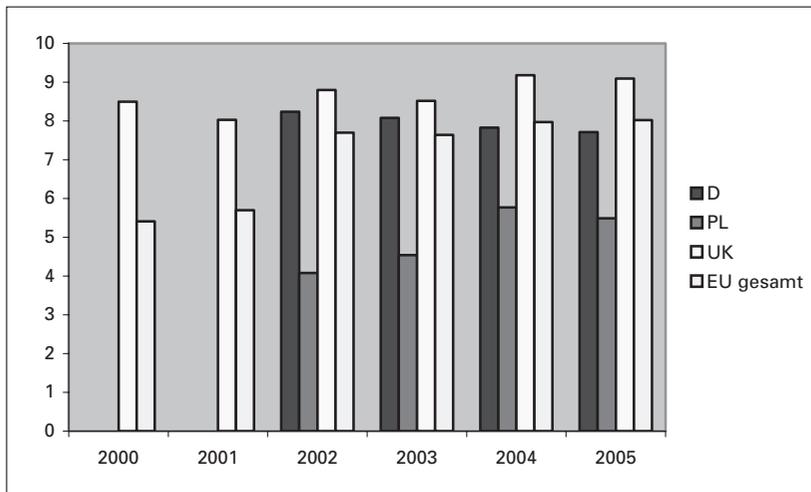


Quelle: BDSI Süßwarentaschenbuch 2006/07 S. 142, eigene Darstellung

Für die Feinen Backwaren⁷² liegen für Deutschland und Polen die Zahlen erst ab dem Jahr 2002 vor. Durchschnittlich werden in der EU ca. 8 Kilogramm pro Kopf und Jahr verbraucht, bei den Feinen Backwaren liegt Deutschland seit 2004 knapp unter dem Durchschnitt. 2005 wurden in Deutschland 7,71 Kilogramm pro Kopf und Jahr verbraucht, in Großbritannien waren es 9,09 Kilogramm (Vgl. Abb. 22). Am meisten Feine Backwaren konsumieren die Niederländer mit 13,15 Kilogramm. In Polen liegt der durchschnittliche Konsum mit 5,49 Kilogramm ungefähr auf dem Niveau von Griechenland (5,57 Kilogramm) und Belgien (5,9 Kilogramm), die allerdings am Ende der Skala der westeuropäischen Länder rangieren.

72 Vgl. Fußnote 70

Abb. 22: Pro-Kopf-Verbrauch von Feinen Backwaren in kg



Quelle: BDSI Süßwarentaschenbuch 2006/07 S. 143, eigene Darstellung

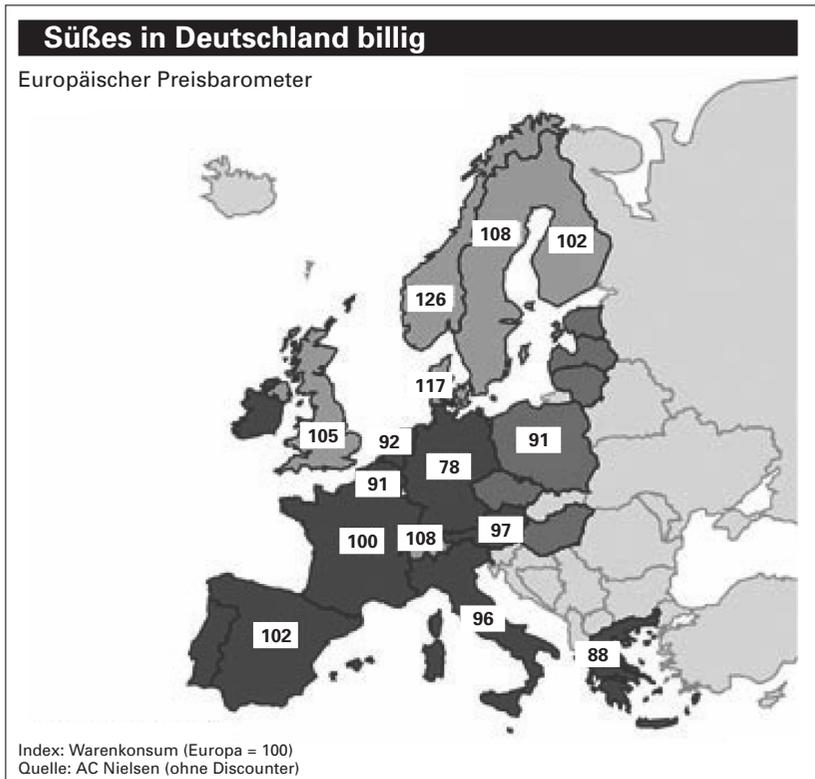
Die Verbrauchszahlen beim Speiseeis für Deutschland im internationalen Vergleich variieren stark von den Verbrauchszahlen, die vom Statistischen Bundesamt für Deutschland erhoben werden. Die internationalen Zahlen beruhen auf Angaben der Eiscrèmebranche⁷³. Dabei ergibt sich für Deutschland für das Jahr 2005 ein Pro-Kopf-Verbrauch von 8,4 Liter in der internationalen Statistik, und von 4,1 kg in der deutschen Statistik. In Großbritannien liegt der Verbrauch von Speiseeis laut internationaler Statistik mit 7 Litern unter dem Verbrauch in Deutschland. Am meisten Eis essen die Schweden mit 11,6 Liter im Jahr 2006. Für die gesamte EU und für Polen liegen keine Zahlen vor.

Insgesamt ist das Konsumniveau bei den Süßwaren in allen Teilbranchen in den westlichen EU-Ländern deutlich höher als in den östlichen EU-Ländern. Die Wachstumsraten sind in den östlichen EU-Ländern höher, allerdings von niedrigem Niveau ausgehend. Besonders der extrem niedrige Verbrauch von Schokolade in Polen lässt vermuten, dass neben einem anderen Konsumverhalten auch das Preisniveau eine wichtige Rolle spielt. Trotz des geringeren Lohnniveaus sind die Süßwaren in Polen teurer als in Deutschland. Dies zeigt die nachfolgende Grafik, die sich am Durchschnittspreis in der Europäischen Union orientiert (Index 100 =

⁷³ laut Aussage des BDSI, dessen Süßwarentaschenbuch 2006/07 die Zahlen entnommen sind (S. 144).

europäischer Durchschnittspreis). Deutschland liegt bei den Preisen für Süßwaren im europäischen Vergleich ganz hinten, am teuersten sind Süßwaren in Norwegen (Vgl. Abb.23).

Abb. 23: Europäisches Preisbarometer Süßwaren



Quelle: Lebensmittelzeitung, AC Nielsen (ohne Discounter)

Insgesamt werden in Deutschland viele Süßwaren konsumiert, Deutschland liegt beim Konsum von Schokoladewaren und Zuckerwaren deutlich über dem EU-Durchschnitt, lediglich bei den Feinen Backwaren leicht darunter.

2.8 Strukturwandel und Konzentration

Ausgehend von dem Jahr 1962, in dem das alte Bundesgebiet 451 Betriebsstätten in der Süßwarenindustrie aufwies, kam es bis 1990 fast zu einer Halbierung der Anzahl der Betriebsstätten. Diese Entwicklung endete mit der deutschen Wiedervereinigung. Danach nahm in den 90er Jahren die Zahl der Betriebe sogar wieder zu. Im Vergleich zu anderen Branchen der Ernährungsindustrie ist die Entwicklung der Süßwarenbranche auch im aktuellen Jahrzehnt durch eine bemerkenswerte Konstanz in den Betriebsstrukturen gekennzeichnet.

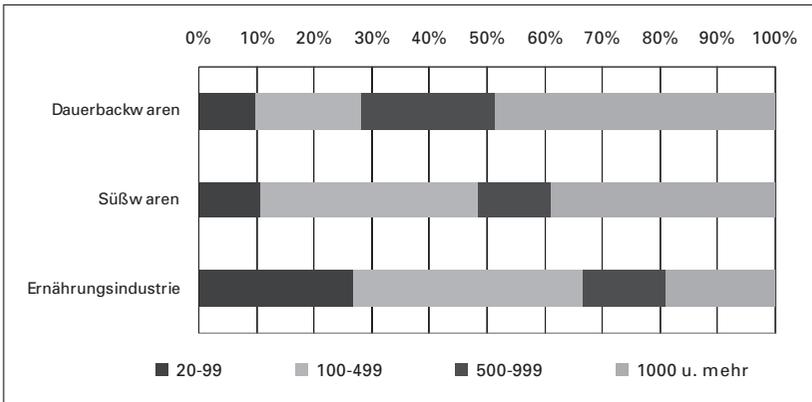
Die Süßwarenbranche wird im allgemeinen als überwiegend mittelständisch geprägt angesehen, wohl auch aufgrund der größeren Anzahl von Familienbetrieben, die sich traditionell auch bei Unternehmensgrößen von deutlich über 500 oder sogar 1.000 Beschäftigten gern als mittelständisch bezeichnen. Ein wesentliches Strukturmerkmal der Süßwarenindustrie im Vergleich zur Ernährungsindustrie insgesamt besteht jedoch in einem deutlich größeren Beschäftigtenanteil in Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten. In allen drei Teilbranchen sind jeweils die meisten Beschäftigten in Großunternehmen tätig – die Ernährungsindustrie insgesamt ist dagegen deutlich stärker klein- und mittelständisch geprägt. Ausschlaggebend für den deutlich höheren Anteil von Beschäftigten in kleinen und mittleren Unternehmen mit bis zu 99 Beschäftigten sind vor allem das Backgewerbe und die Fleischwirtschaft als die beschäftigungsstärksten Branchen der Ernährungswirtschaft mit immer noch sehr vielen kleinen Unternehmen und Betriebsstätten.

Besonders ausgeprägt ist die großindustrielle Struktur bei den Speiseeisherstellern – hier gab es im Jahre 2006 nur noch wenige größere Unternehmen. Aber auch im Bereich der Feinen Backwaren ist fast die Hälfte aller Beschäftigten in Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten tätig; in der Süßwarenherstellung arbeiteten immerhin noch fast 40 Prozent in Großunternehmen (vgl. Abb. 24).

Auf der anderen Seite sind die Beschäftigtenanteile der Kleinunternehmen mit 20-99 Beschäftigten in der Süßwarenindustrie deutlich geringer als in der Ernährungsindustrie insgesamt: Während in der Speiseeisherstellung diese Betriebsgröße keine Rolle spielt, liegen die Anteile dieser Betriebsgröße an der Beschäftigung in den beiden anderen Teilbranchen bei rund 10 Prozent, während der Anteil der Kleinunternehmen in der Ernährungsindustrie insgesamt bei über 25 Prozent liegt.

Dies hat zur Folge, dass die durchschnittliche Zahl der Beschäftigten pro Unternehmen in der Süßwarenindustrie mit rund 250 doppelt so hoch ausfällt wie im Ernährungsgewerbe insgesamt (durchschnittlich 123 Beschäftigte pro Unternehmen).⁷⁴

Abb. 24: Beschäftigte nach Größenklassen 2005



Quelle: Statistisches Bundesamt, Kostenstrukturerhebung der Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe

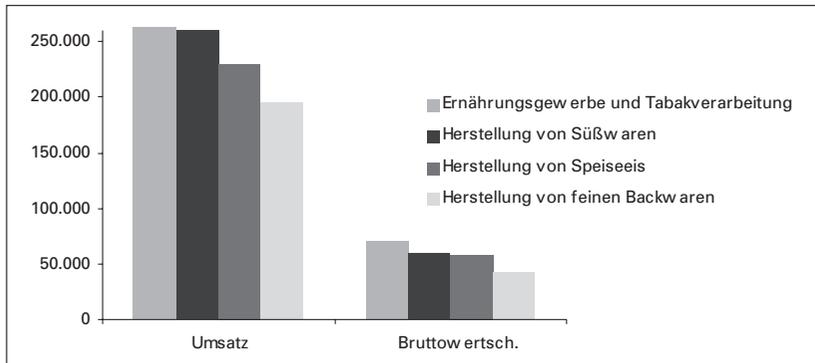
Trotz des überdurchschnittlichen Anteils großer Unternehmen liegen alle drei Teilbranchen der Süßwarenindustrie unter den Umsatz- und Arbeitsproduktivitätskennziffern der Ernährungsindustrie insgesamt. Mit einem Umsatz pro Beschäftigten von lediglich 195.000 Euro lag dabei im Jahre 2006 die Branche der Feinen Backwarenhersteller am unteren Ende der Skala und sehr deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt der Ernährungsindustrie (264.000 Euro). Auch die Speiseeisherstellung (230.000 Euro) und die Süßwarenherstellung (259.000 Euro) lagen unter den durchschnittlichen Umsatzerlösen pro Beschäftigten in der Gesamtbranche (Vgl. Abb. 25). Dieses ist um so bemerkenswerter, als der Anteil der Teilzeitbeschäftigten in allen drei Teilbranchen der Süßwarenindustrie deutlich

74 Statistisches Bundesamt: Fachserie 4, Reihe 4.3, Kostenstruktur der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden, Ausgabe 2005 vom 2.7.2007

unter dem Anteil Teilzeitbeschäftigter in Ernährungsgewerbe und Tabakverarbeitung insgesamt liegt⁷⁵.

Ähnliche Unterschiede ergeben sich bei der Arbeitsproduktivität (Bruttowertschöpfung je Beschäftigten): Hier lag die Arbeitsproduktivität der Süßwarenindustrie insgesamt bei rund 75 Prozent der Ernährungsindustrie insgesamt (53.000 gegenüber 70.500 Euro).

Abb. 25: Umsatz (2006) und Bruttowertschöpfung (2005) je Beschäftigten



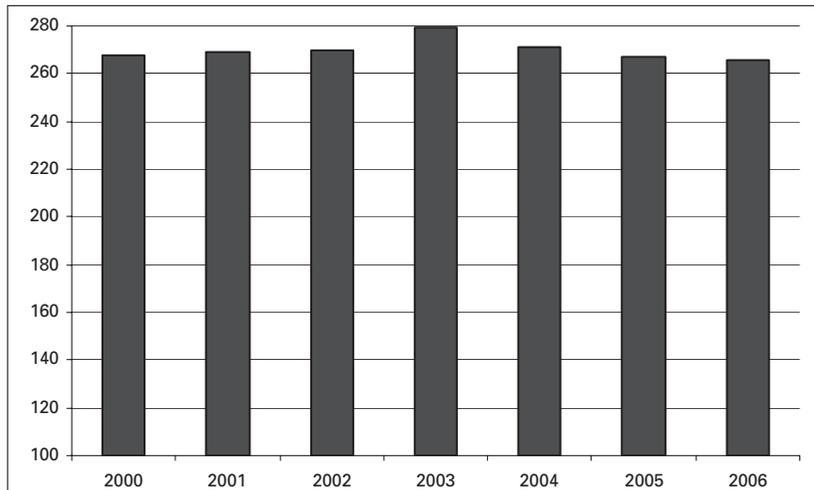
Quelle: Statistisches Bundesamt: Monatsbericht Verarbeitendes Gewerbe (Umsatz 2006) und Fachserie 4, Reihe 4.3 Kostenstruktur der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes (Bruttowertschöpfung 2005)

Anders als es zu erwarten gewesen wäre, haben der unterdurchschnittliche Umsatz pro Beschäftigten und die unterdurchschnittliche Bruttowertschöpfung pro Beschäftigten in den vergangenen Jahren zu keinen größeren Konzentrationsprozessen in der Süßwarenindustrie geführt. Zwar wächst die Zahl der Beteiligten Dritter auch an der relativ großen Zahl inhabergeführter Unternehmen, dies blieb jedoch bisher ohne große Strukturveränderung. Gegenüber dem Jahre 2000 hat sich die Zahl der Betriebe (Betriebsstätten) der Branche praktisch nicht verändert (minus 4 Betriebe Feine Backwaren und plus 2 Betriebe Süßwaren). Im Jahre 2006 gab es mit 266 Betrieben nahezu ebenso viele wie in den Jahren um die Jahrtausendwende (Vgl. Abb. 26). Im Vergleich dazu ging die Zahl der Betriebe in der Ernährungswirtschaft, z. B. der Milchwirtschaft, im gleichen Zeitraum deutlich

75 Teilzeitbeschäftigte 2005: Speiseeis 16,3 Prozent, Feine Backwaren 15,2 Prozent, Süßwaren 11,1 Prozent, Süßwarenindustrie insgesamt 12,8 Prozent sowie Ernährungsgewerbe und Tabakverarbeitung insgesamt 21,8 Prozent; vgl. Statistisches Bundesamt, Fachserie 4, Reihe 4.3 ebenda

zurück (minus 15,4 Prozent (-42 Betriebe) in der Milchwirtschaft und minus 4,4 Prozent (-268 Betriebe) in der Ernährungswirtschaft insgesamt).

Abb. 26: Entwicklung der Anzahl der Betriebsstätten in der Süßwarenindustrie 2000 bis 2006



Quelle: Süßwarentaschenbuch 2006/07

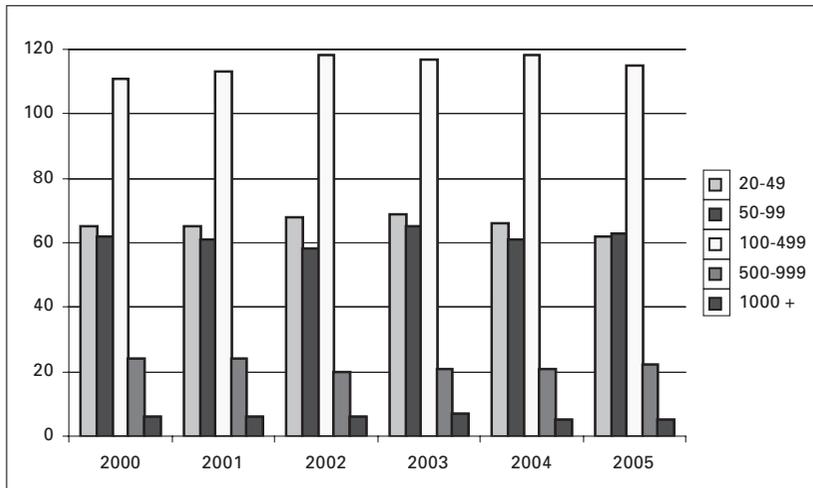
Die Entwicklung der Betriebsgrößenstruktur (Betriebsstätten) in der Süßwarenindustrie liefert im Detail folgendes Bild: Die Zahl der Betriebe mit einer Größe von 100 bis 499 Beschäftigten nimmt im Betrachtungszeitraum als einzige Größenklasse zu. Überraschend ist der Rückgang der großen Betriebsstätten mit über 1000 Beschäftigten und mit 500 bis 999 Beschäftigten. Diese Entwicklung läuft gegen den eigentlichen Trend in der Wirtschaft hin zur Konzentration der Produktion.⁷⁶ Diese Entwicklung geht einher mit dem Verlust von rd. 1.000 Arbeitsplätzen in den großen Unternehmen (ab 500 Beschäftigte) seit dem Jahr 2000.

Zurückgegangen ist darüber hinaus die Zahl der Betriebe mit 50 bis 99 Beschäftigten. Hingegen war erstaunlicherweise auch die Entwicklung der kleinen Betriebsstätten mit 20 bis 49 Mitarbeitern bis 2003 relativ konstant (Vgl. Abb. 27). Danach geht die Zahl der Betriebe zurück, was jedoch im Wesentlichen auf

⁷⁶ Ein Grund für den Beschäftigungsrückgang ist neben der Rationalisierung auch der Einsatz von Leiharbeitnehmern, die statistisch allerdings nicht nach Branchen erfasst werden.

Veränderungen in der Statistik zurückzuführen sein dürfte (die Betriebe kleiner 20 Beschäftigte wurden ab 2003 nicht mehr dieser Größenklasse zugeordnet).

Abb. 27: Entwicklung in der Betriebsgrößenstruktur der Süßwarenindustrie in Deutschland



Quelle: Süßwarentaschenbuch 2006/07; eigene Berechnungen

Offensichtlich gibt es eine leichte Konzentration auf die Betriebsgrößenklasse von 100 bis 499 Beschäftigten in der Süßwarenindustrie. Diese Entwicklung weicht von anderen Industriezweigen der Ernährungswirtschaft, wie beispielsweise der Milchwirtschaft, ab, wo eher eine Polarisierung in der Struktur in große und kleine Betriebe – zu Lasten der mittleren Betriebsgrößen – zu beobachten ist.

Auswirkungen auf die Konstanz in der Zahl der Betriebsstätten und der Struktur in der Süßwarenindustrie hat auch die Tatsache, dass die Zahl der Produktionsverlagerungen ins Ausland relativ klein war. Entgegen dieser sonst typischen Entwicklung in den meisten Industriezweigen gibt es im Süßwarenbereich sogar erste Tendenzen, die Produktion wieder zurück nach Deutschland zu holen, anstatt sie ins Ausland zu verlagern. Katjes, die Nummer drei der Zuckerwaren nach Haribo und Storck, hat beispielsweise im März 2006 in Potsdam den Grundstein für eine Produktionsverlagerung ins Inland gelegt. Dort sind seit Oktober 2006 60 Mitarbeiter beschäftigt. Katjes hatte kurz hintereinander drei Bonbonmarken – SALLOS (2001), Gletschereis (2003) und Granini Bonbons (2005) – übernom-

men und diese zunächst weiter in Fremdproduktion und größtenteils im Ausland herstellen lassen. Diese Produktion wurde nun nach Deutschland geholt.

Auch die EU-Osterweiterung hat wenig an der Bedeutung des Standortes Deutschland für die Süßwarenindustrie verändert, wenngleich eine Reihe von Unternehmen Produktions- und Konfektionierungsstätten in den neuen osteuropäischen Ländern aufgebaut haben. Dieser Aufbau dürfte mehr der Erschließung der osteuropäischen Wachstumsmärkte als der Substitution deutscher Produktionsstätten dienen. Insgesamt dürfte der steigende Export in diese Länder eher zur Stabilisierung und Ausweitung der deutschen Produktion beigetragen haben. Einige Betriebe der Süßwarenindustrie bekennen sich sogar explizit zum Standort Deutschland.

Andererseits steht die Branche, insbesondere die Herstellung von Schokolade, unter starkem Wettbewerbsdruck bei einem extrem niedrigen Preisniveau. Die größte Übernahme der vergangenen Jahre ist durch Barry Callebaut erfolgt, die die in Köln ansässigen Stollwerck AG über ihre deutsche Tochtergesellschaft, die Van Houten Beteiligungs- AG & Co. KG in Norderstedt, übernommen hat. Experten sehen in der Zukunft vor allem große private Mittelständler als mögliche Übernahmekandidaten. Anlass können die bevorstehenden Generationenwechsel sein, wenn die Nachfolge nicht geregelt ist.

Doch der Generationswechsel kann auch Potenziale bergen, besonders im Hinblick auf Innovationen. Große Innovationsfreude zeichnet die Süßwarenbranche bereits heute aus. Es gibt zwischen 30.000 und 40.000 Produkte, jährlich kommen ca. 4.000 neue Produkte auf den Markt. Für Werbemittel wird viel Geld investiert. Am Beispiel des Keksherstellers Bahlsen kann man beobachten, wie ein Unternehmen der Süßwarenindustrie bei Umsatzproblemen nicht mit Streichung der Werbeetats und Einsparungen in der Produktentwicklung reagiert, sondern im Gegenteil investiert. Der Werbeetat wurde 2006 gegenüber 2005 auf 23 Millionen Euro verdoppelt, 80 Prozent des Sortimentes, das 2006 auf den Markt kam, wurde hinsichtlich Rezepturen und/oder Verpackungen überarbeitet.⁷⁷ Dazu werden neue Produkte entwickelt.

Insgesamt scheint die deutsche Süßwarenbranche zur Zeit sehr stabil aufgestellt zu sein. Ein massiver Strukturwandel und große Konzentrationsprozesse werden zur Zeit eher noch weniger als in der Vergangenheit erwartet. Der Strukturwandel läuft weiterhin langsam, aber kontinuierlich. Eine Notwendigkeit zur

77 LZ News 19.1.2006

Konsolidierung der Branche, wie z. B. in der Brauwirtschaft, Milchwirtschaft oder Fleischwirtschaft, wird von den Branchenexperten nicht gesehen, zumal offensichtlich kein wachsender internationaler Konkurrenzdruck auf den deutschen Süßwarenmarkt herrscht. Im Gegenteil, der Export wächst auf hohem Niveau, der Import ist auf einem deutlich niedrigeren Niveau weiter rückläufig.

Diese relativ starke Wettbewerbsposition der deutschen Süßwarenindustrie ist eine Erklärung dafür, warum Strukturwandel und Konsolidierung offensichtlich nach wie vor keine Top-Themen in dieser Branche sind. Die größte Entwicklungsunsicherheit resultiert aus dem anstehenden Generationswechsel bei einigen renommierten deutschen Familienunternehmen, insbesondere wenn die Nachfolgeregelungen offen sind.

2.9 Beschäftigungsentwicklung in der Süßwarenindustrie

Methodische Vorbemerkung

Die folgende Analyse der Beschäftigungsentwicklung in der Süßwarenindustrie und ihren drei Teilbranchen basiert auf der Auswertung unterschiedlicher statistischer Quellen, die zum Teil in den Beschäftigtenzahlen deutlich voneinander abweichen: Zum einen handelt es sich dabei um die »Monatsberichte im Verarbeitenden Gewerbe« des Statistischen Bundesamtes. Die in dieser Statistik gewonnenen Daten beziehen sich auf alle tätigen Beschäftigten, d.h. neben den Arbeitnehmern sind auch Eigentümer, mithelfende Familienangehörige etc. erfasst. Diese Statistik erfasst die Beschäftigtenzahlen in Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten und bildet auch die wichtigste Datengrundlage für die vom Süßwarenverband herausgegebenen Branchenspiegel. Da ein Nachteil dieser Statistik in der fehlenden Detailliertheit hinsichtlich wichtiger Indikatoren wie Alter, Geschlecht, Qualifikationsniveau etc. der Beschäftigten besteht, wurde zum anderen aber im Rahmen dieser Studie auch die von der Bundesagentur für Arbeit (BA) herausgegebene Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten herangezogen und eine Sonderauswertung in Auftrag gegeben. Dabei ist festzustellen, dass die beiden Statistiken in den Zahlen zur Beschäftigung in den einzelnen Teilbranchen der Süßwarenindustrie teilweise sehr stark auseinander fallen, insbesondere gibt es deutliche Abweichungen bei der Beschäftigung in der Speiseeisherstellung und bei den Feinen Backwaren (hier weist die BA-Statistik deutlich geringere Zahlen auf),

während die Zahlen zur Süßwarenherstellung eine ähnliche Höhe aufweisen. Aus diesem Grunde wird in den folgenden Textabschnitten und Schaubildern jeweils deutlich gemacht, auf welcher Datenbasis die Auswertungen basieren.

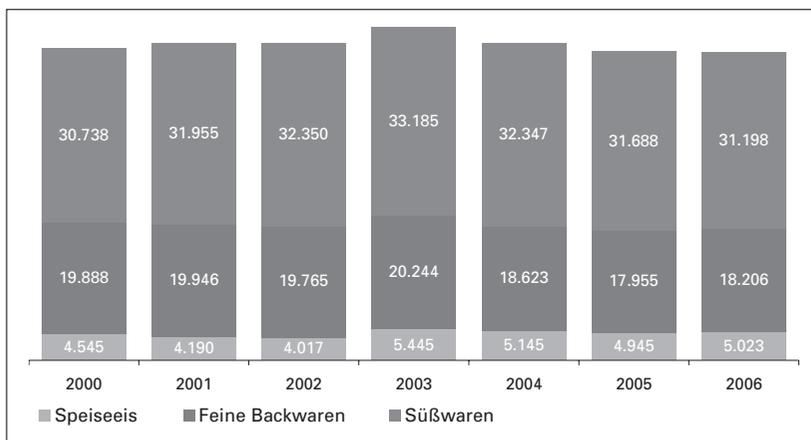
2.9.1 Entwicklung der Beschäftigung 2000 bis 2006

Zwischen 2000 und 2006 blieb die Zahl der Beschäftigten in der Süßwarenindustrie relativ konstant: Mit 54.427 Beschäftigten arbeiteten im Jahre 2006 lediglich 744 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte weniger in der Süßwarenindustrie als 6 Jahre zuvor (55.171). Dies entspricht einem Rückgang von lediglich 1,3 Prozent, der, verglichen mit anderen Branchen des Ernährungsgewerbes, moderat ausfiel: So ging etwa im Ernährungsgewerbe insgesamt (ohne Tabakverarbeitung) im selben Zeitraum die Beschäftigungszahl um mehr als 5 Prozent zurück, und in einzelnen Branchen wie der Milchverarbeitung oder der Getränkeherstellung lagen die Beschäftigungsverluste deutlich über 10 Prozent. Ungeklärt ist, in welchem Umfang Beschäftigung durch Leiharbeit substituiert wurde, da Leiharbeit branchenspezifisch statistisch nicht erfasst wird. Grundsätzlich ist jedoch vor dem Hintergrund wachsender Anteile von Leiharbeit, u.a. auch durch Substitution von Saisonarbeit durch Leiharbeit, davon auszugehen, dass sich die Summe der tatsächlich eingesetzten eigenen und fremden Personalkapazitäten geringer verändert haben, als es die Beschäftigtenstatistik zum Ausdruck bringt.

Innerhalb des genannten Zeitraums und in den einzelnen Teilbranchen der Süßwarenindustrie lassen sich jedoch Unterschiede feststellen, die im Folgenden kurz umrissen werden sollen.

Festzustellen ist zunächst, dass einer positiven Beschäftigungsentwicklung in den Teilbranchen Speiseeisherstellung (Zunahme um rund 10 Prozent bei der Speiseeisherstellung) und Süßwarenherstellung (moderater Zuwachs von 1,5 Prozent) ein Beschäftigungsrückgang von 8,5 Prozent bzw. knapp 1.700 Arbeitsplätzen im Bereich der Herstellung von Feinen Backwaren gegenüber steht (Vgl. Abb. 28).

Abb. 28: Beschäftigungsentwicklung der Süßwarenindustrie 2000 – 2006



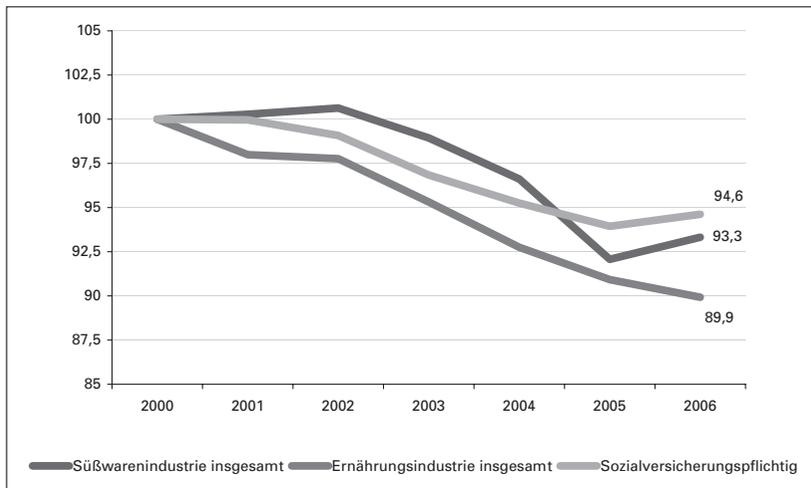
Quelle: Statistisches Bundesamt: Monatsbericht im Verarbeitenden Gewerbe (Betriebe)

Auch in den Jahren 2000 bis 2006 verlief die Entwicklung der Beschäftigungszahlen uneinheitlich: Während die Teilbranche Süßwaren das Beschäftigungsniveau mit leichten Schwankungen in etwa halten konnte und die Speiseeishersteller mit erheblichen Schwankungen das Beschäftigungsniveau seit dem Jahr 2000 sogar erhöhen konnten, hat die Teilbranche Feine Backwaren fast 9 Prozent der Beschäftigten verloren.

Auf Basis der Daten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stellt sich die Gesamtentwicklung deutlich negativer dar. Die Branche verliert nicht nur rd. 2 Prozent, sondern über 6 Prozent der Beschäftigten im Untersuchungszeitraum. Besonders in der Teilbranche Speiseeis gehen die sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze deutlich zurück. Auch die Süßwaren verlieren, wohingegen die sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätze in der Teilbranche Feine Backwaren laut Statistik der BA nicht so stark rückläufig sind wie in der Beschäftigtenstatistik des Statistischen Bundesamtes.

Insgesamt verläuft die Entwicklung in der Süßwarenindustrie auf Basis der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten günstiger als in der Ernährungswirtschaft insgesamt. Positiv ist, dass, nach dem Beschäftigungstiefpunkt im Jahr 2005, die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Jahr 2006 erstmals seit 2002 wieder steigt (Vgl. Abb. 29).

Abb. 29: Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Süßwarenindustrie 2000 – 2006 im Vergleich zum Ernährungsgewerbe und der Gesamtbeschäftigung (2000 = 100)



Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sonderauswertung Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach WZ2003-Gruppen

Im Folgenden werden, auch mit Blick auf die in den vorangegangenen Berichtsteilen skizzierten Strukturmerkmale der Beschäftigung in der Süßwarenindustrie, wesentliche Trends der Beschäftigungsentwicklung 2000 bis 2006 beschrieben. Dabei liegt das Hauptaugenmerk auf folgenden Aspekten des Strukturwandels der Beschäftigungsstrukturen:

- Beschäftigungstrends in unterschiedlichen Betriebsgrößen
- Entwicklungstrends im Ost-West-Vergleich
- Veränderungen in der Zusammensetzung der Beschäftigung nach Geschlecht, Nationalität, Qualifikation und Alterstruktur

2.9.2 Beschäftigungstrends nach Unternehmensgröße

Wie bereits an anderer Stelle dargestellt, bildet die im Vergleich mit der Ernährungsindustrie insgesamt eher großindustrielle Prägung ein wesentliches Strukturkennzeichen der Süßwarenindustrie. Insbesondere die Teilbranchen Speiseeisherstellung und Feine Backwaren sind durch große Beschäftigungsanteile in größeren Unternehmen geprägt, aber auch in der Süßwarenherstellung liegen die

Beschäftigtenanteile der großen Unternehmen deutlich über dem Durchschnitt der Ernährungsindustrie insgesamt.

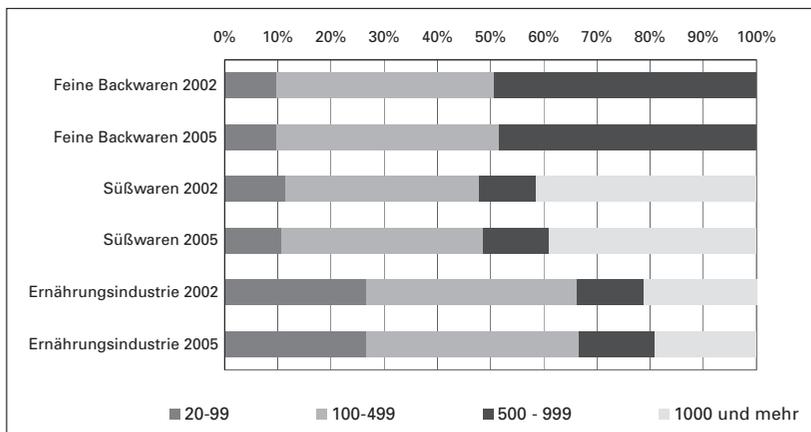
Eine Betrachtung der Beschäftigungsentwicklung in den Klein-, Mittel- und Großunternehmen zwischen 2002 und 2005⁷⁸ ergibt, dass sich zwar an der großbetrieblichen Prägung der Süßwarenindustrie und den beiden Teilbranchen Feine Backwaren und Süßwarenherstellung⁷⁹ nicht grundlegend etwas geändert hat, dass jedoch die größeren Unternehmen (mit mehr als 500 Beschäftigten) vor allem in der Herstellung von Feinen Backwaren (-14,4 Prozent) und auch in der Süßwarenherstellung (-5,7 Prozent) deutlich stärker Beschäftigung abgebaut haben als die entsprechende Unternehmensgruppe in der Ernährungsindustrie insgesamt (-1,3 Prozent). Festzustellen ist jedoch auch, dass es sowohl in der Ernährungsindustrie insgesamt als auch in der Süßwarenherstellung (für die Feinen Backwaren liegen keine Vergleichsdaten vor) deutliche Unterschiede in der Entwicklungsdynamik der großen Mittelständler (500-999 Beschäftigte) und der Großunternehmen (mehr als 1000 Beschäftigte) gibt (Vgl. Abb.30):

- In der Süßwarenherstellung wie in der Ernährungsindustrie insgesamt verzeichnete die Größenklasse mit 500-999 Beschäftigten die höchsten Zuwächse mit Steigerungsraten von 11 Prozent (Süßwarenherstellung) und 15 Prozent (Ernährungsindustrie). Der Beschäftigungsanstieg in dieser Gruppe resultiert in erster Linie aus dem Beschäftigungsabbau in Großunternehmen (1.000 und mehr Beschäftigte), mit der Folge, dass diese in die Gruppe mit 500 bis 999 Beschäftigten zurückfallen.
- Dementsprechend ereignete sich in den Großunternehmen mit 1.000 und mehr Beschäftigten im Zeitraum 2002 bis 2005 sowohl in der Süßwarenherstellung wie auch in der Ernährungsindustrie insgesamt ein deutlicher Beschäftigungsrückgang, der in beiden Fällen bei etwas über 10 Prozent lag.
- Bei den Feinen Backwaren war die Beschäftigung in den größeren Unternehmen (hier jedoch die aggregierte Gruppe von 500 und mehr Beschäftigten) insgesamt stark rückläufig (-14,4 Prozent).

78 Die hier ausgewerteten Daten entstammen der Kostenstrukturstatistik der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes, die jährlich durch das Statistische Bundesamt erstellt wird (Fachserie 4, Reihe 4.3). Die aktuellste Ausgabe beinhaltet Daten für das Jahr 2005.

79 Für die Speiseeisherstellung liegen aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Daten vor.

Abb. 30: Veränderung der Beschäftigungsanteile nach Unternehmensgrößenklassen 2002 – 2005



Anmerkung: Für die Feinen Backwaren liegen nur aggregierte Daten für die Größenklassen 500-999 und 1000 und mehr vor.

Quelle: Stat. Bundesamt: Kostenstrukturdaten der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes

2.9.3 Beschäftigungsentwicklung im Ost-West-Vergleich

Die Beschäftigungsentwicklung in der Süßwarenindustrie im Zeitraum 2000 bis 2006 ist geprägt durch deutlich gegenläufige Trends in West- und Ostdeutschland:

Während in den alten Bundesländern ein Rückgang der Beschäftigung von rund 5.200 Arbeitsplätzen bzw. knapp 12 Prozent zu verzeichnen war, wurden in den neuen Bundesländern neue Arbeitsplätze aufgebaut, die sich auf rund 4.000 summieren, was einem Beschäftigungszuwachs von 75 Prozent entspricht.

Hier ist allerdings anzumerken, dass diese Verschiebungen zum Teil auf statistische Veränderungen zurückzuführen sind, da im Jahre 2005 West-Berlin den Ost-Bundesländern hinzugerechnet wurde, was insbesondere dazu führt, dass es zu einem abrupten Beschäftigungsrückgang in Westdeutschland und einem deutlichen Anstieg in Ostdeutschland im Jahre 2005 gegenüber dem Vorjahr kommt.⁸⁰ Aus diesem Grunde sollte eine Betrachtung der Beschäftigungsentwicklungen im Ost/West-Vergleich in zwei Teilschritten erfolgen, d.h. zum einen für den Zeit-

⁸⁰ Ähnlich bei der Umsatzstatistik, vgl. Kap. 2.2.

raum 2000 – 2004 sowie zum anderen hinsichtlich der Entwicklungen in 2006 gegenüber dem Vorjahr.

Auffällig ist jedoch, dass sich der Trend einer Umschichtung von Beschäftigungsanteilen von West nach Ost zwar auch in der Ernährungsindustrie insgesamt aufzeigen lässt, dass aber dieser Trend in der Gesamtbranche eine deutlich schwächere Ausprägung aufweist: Hier liegen die Rückgänge bzw. Zuwächse bei der Beschäftigung bei 9 Prozent (Rückgang in den alten West-Bundesländern) bzw. 12,6 Prozent (Zuwächse in den neuen Ost-Bundesländern).⁸¹

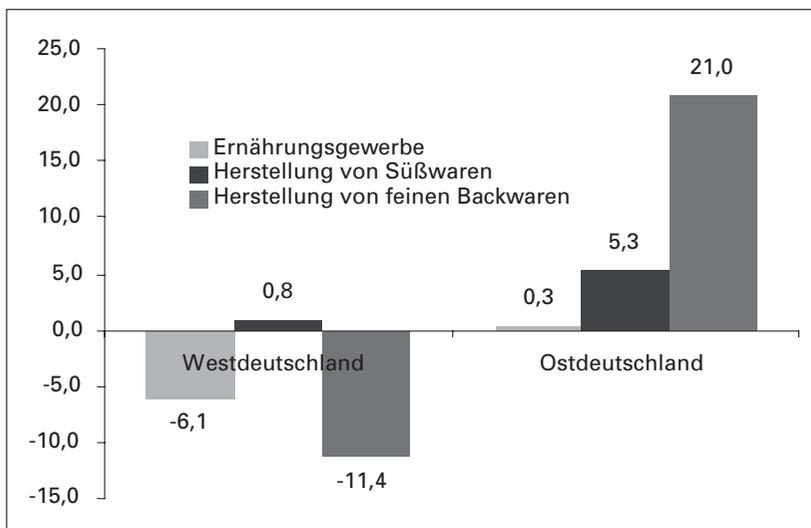
Zwar liegen für die Speiseeisherstellung aus datenschutzrechtlichen Gründen keine Daten für den gesamten Zeitraum vor, aber für die beiden übrigen Teilbranchen der Süßwarenindustrie lassen sich folgende Entwicklungsverläufe nachzeichnen:

- Im Zeitraum 2000 – 2004 verzeichnete die Süßwarenindustrie in Westdeutschland einen leichten Rückgang um knapp 800 Arbeitsplätze insbesondere im Bereich der Feinen Backwaren (-3,7 Prozent), während im gleichen Zeitraum die Beschäftigung in Ostdeutschland in den beiden Branchen um rund 1.100 anstieg (13,4 Prozent).
- Auffällig ist, dass der Beschäftigungsaufbau der Süßwarenindustrie in Ostdeutschland deutlich stärker ist als derjenige der Ernährungsindustrie insgesamt: Zwischen 2000 und 2004 betrug die Wachstumsrate der Süßwarenindustrie (ohne Speiseeis) 13,4 Prozent, während das Wachstum der Beschäftigung in der Ernährungsindustrie Ostdeutschlands insgesamt bei nur 1,3 Prozent lag.

Betrachtet man die Beschäftigungsverschiebungen innerhalb der Süßwarenindustrie zwischen West- und Ostdeutschland im Zeitraum 2000 und 2006 im Kontext der Gesamtentwicklungen der Ernährungsindustrie, so ergibt sich, dass rund 36 Prozent aller in den neuen Bundesländern zusätzlich geschaffenen Arbeitsplätzen (4.000 von 11.000) auf die Süßwarenindustrie bzw. die beiden Teilbranchen Herstellung Feiner Backwaren und Herstellung von Süßwaren entfallen. Zwar ist dies zum Teil auf den oben genannten statistischen Effekt zurückzuführen. Dennoch ist der Beschäftigungsaufbau der Süßwarenindustrie in Ostdeutschland deutlich stärker ausgeprägt als derjenige der Ernährungsindustrie insgesamt.

81 Während die Ernährungsindustrie in den alten Bundesländern zwischen 2000 und 2006 knapp 42.000 Arbeitsplätze abgebaut hat, wurden im gleichen Zeitraum in den neuen Bundesländern ca. 11.000 Arbeitsplätze neu geschaffen.

Abb. 31: Beschäftigungsentwicklung 2000 – 2004 im Ost-West Vergleich



Quelle: Statistisches Bundesamt: Monatsbericht i. Verarbeitenden Gewerbe

Der Trend einer Beschäftigungsverlagerung von West nach Ost scheint sich auch in jüngster Zeit fortzusetzen. In den Jahren 2005/2006 ist die Süßwarenindustrie in Westdeutschland durch leichte Rückgänge insbesondere im Bereich der Süßwarenherstellung gekennzeichnet, während sich die positive Beschäftigungsentwicklung in Ostdeutschland auch in 2006 gegenüber dem Vorjahr fortsetzt: Bei den Feinen Backwaren lag die Zuwachsquote bei 21 Prozent und bei der Süßwarenherstellung bei 5 Prozent. Im Vergleich dazu lag der Beschäftigungszuwachs im Ernährungsgewerbe insgesamt in Ostdeutschland nur bei 3,4 Prozent. Mit anderen Worten: Die positive Beschäftigungsentwicklung der Ernährungsindustrie in Ostdeutschland ist maßgeblich auf die Süßwarenindustrie zurückzuführen.

2.9.4 Veränderungen in der Altersstruktur der Beschäftigten

Wie bereits an anderer Stelle dieses Berichts dargestellt, weist die Süßwarenindustrie zwei Auffälligkeiten hinsichtlich der Altersstruktur der Beschäftigten auf: Zum einen ist die Altersstruktur der drei Teilbranchen relativ ähnlich hinsichtlich der jeweiligen Anteile jüngerer und älterer Arbeitnehmer, zum anderen – und dies wiegt schwerer – ist die Branche durch eine ungünstigere Altersstruktur gegenüber

der Ernährungsindustrie insgesamt gekennzeichnet. Dies findet seinen Ausdruck vor allem in einem vergleichsweise niedrigen Anteil der unter 25-jährigen Beschäftigten und einem über anderen Vergleichsbranchen liegenden Anteil älterer Beschäftigter über 50 Jahren.

Eine Betrachtung von Veränderungen in der Altersstruktur in den Teilbranchen der Süßwarenindustrie im Vergleich zu Entwicklungen in der Gesamtheit der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ergibt nicht nur eine Verfestigung dieses Strukturmerkmals, sondern erbringt auch Hinweise darauf, dass einzelne Teilbranchen der Süßwarenindustrie deutlich schneller »altern« als andere:

Während sich z.B. der Anteil der jüngeren Beschäftigten an der Gesamtzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland zwischen 2000 und 2006 um 1,1 Prozentpunkte verringerte (von 12,9 Prozent auf 11,8 Prozent), war der Rückgang des Anteils Jüngerer bei den Speiseeisherstellern deutlich stärker ausgeprägt (3,6 Prozentpunkte bzw. von 11,3 Prozent auf 7,7 Prozent).

Ähnliches gilt für den Zuwachs des Anteils älterer Arbeitnehmer über 50 Jahren: Hier erhöhte sich bei der Gesamtzahl der Beschäftigten in Deutschland der Anteil um 3,4 Prozentpunkte von 19,4 Prozent auf 22,9 Prozent, während die Speiseeishersteller einen Zuwachs von 7,9 Prozentpunkten bzw. von 15,6 Prozent auf 23,5 Prozent verzeichneten.

Auch die Veränderung in der Alterstruktur der Beschäftigung bei den Feinen Backwaren ist von einer ähnlichen Entwicklung geprägt: Zwar liegt hier der Rückgang bei den jüngeren Arbeitnehmern ungefähr im Bundestrend der Gesamtwirtschaft, die Zunahme bei den älteren Arbeitnehmern lag aber ebenfalls mit 5,1 Prozentpunkten deutlich über dem Durchschnitt.

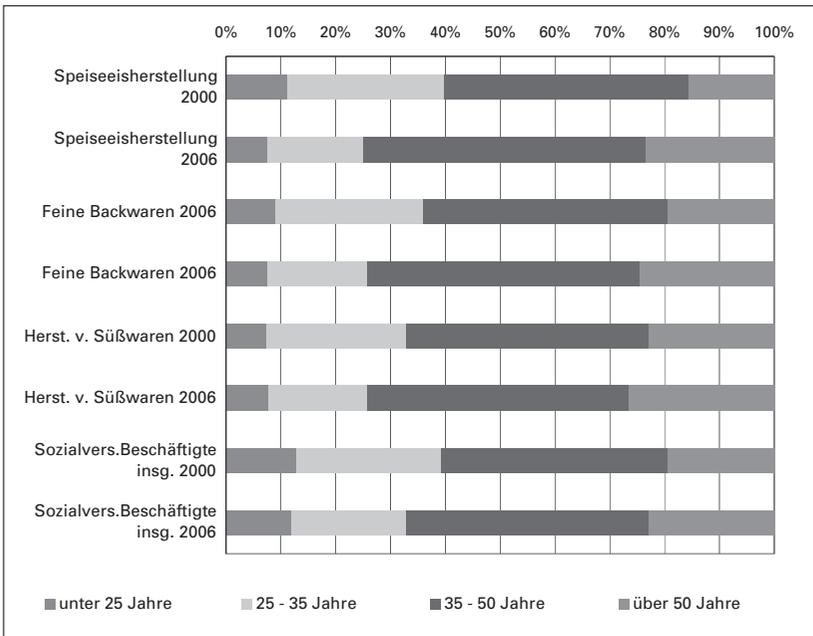
Lediglich die Süßwarenindustrie weist in der Veränderung der Alterstrukturen eine eher positivere Entwicklung auf: Im Zuge des Abbaus der Beschäftigung zwischen 2000 und 2006 hat sich der Anteil der jüngeren Arbeitnehmer an der Gesamtbeschäftigung der Branche sogar leicht (0,2 Prozentpunkte) erhöht, während die Zunahme bei den älteren Beschäftigten in etwa dem Durchschnitt der Gesamtheit der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten entspricht (3,7 Prozentpunkte).

Diese Entwicklungen haben dazu geführt, dass bereits im Jahre 2006 rund ein Viertel der Beschäftigten in der Speiseeisherstellung und in den Unternehmen der Feinen Backwaren älter als 50 Jahre waren. Bei den Süßwarenherstellern lag der Anteil sogar bei über 26 Prozent. Damit liegen alle Branchen über dem entspre-

chenden Durchschnittswert der für die Gesamtheit der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland gilt (22,9 Prozent).

Vielleicht noch dramatischer ist jedoch, dass 2006 der Anteil jüngerer Arbeitnehmer unter 25 Jahren nur noch zwischen 7,5 Prozent (Feine Backwaren) und 7,7 Prozent (Süßwarenindustrie, Speiseeisherstellung) lag, während der bundesdeutsche Gesamtdurchschnitt einen Anteil von fast 12 Prozent ausweist (Vgl. Abb.32).

Abb. 32: Altersstruktur der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Süßwarenindustrie 2006



Quelle: BA-Daten, Sonderauswertung

2.9.5 Entwicklung der Anteile von Arbeitern und Angestellten an der Beschäftigung

Zwischen 2000 und 2004⁸² hat es innerhalb der Beschäftigung der Süßwarenindustrie bei Angestellten und gewerblichen ArbeitnehmerInnen deutlich unterschiedliche Entwicklungstrends gegeben. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die Süßwarenindustrie im Vergleich zur Ernährungsindustrie insgesamt einen gegenläufigen Trend aufweist: Während in der Ernährungsindustrie insgesamt der Rückgang der Beschäftigungszahlen bei den Angestellten zwischen 2000 und 2004 deutlich höher lag als bei den Arbeitern (-12,3 Prozent verglichen mit -1,7 Prozent) hat sich der Angestelltenanteil in der Süßwarenindustrie zum Teil deutlich erhöht:

- In der Speiseeisherstellung stagnierte die Zahl der Arbeiter, während die Angestelltenzahl um 43 Prozent anstieg⁸³.
- Im Bereich der Feinen Backwaren wurde zwischen 2000 und 2004 die Zahl der Arbeiter um 8 Prozent reduziert, während die Angestelltenbeschäftigung um 2,1 Prozent zunahm.
- In der Süßwarenindustrie kam es dagegen zu einem ähnlichen Beschäftigungszuwachs sowohl bei den Arbeitern (5 Prozent) als auch bei den Angestellten (5,8 Prozent).

In diesem Zusammenhang sollte jedoch auch auf die deutlichen Unterschiede der Angestelltenanteile in den drei Teilbranchen der Süßwarenindustrie hingewiesen werden, die im Jahre 2004 zwischen lediglich 18,7 Prozent (Feine Backwaren) und knapp 38 Prozent (Speiseeis) schwankten (Gesamtdurchschnitt Ernährungsindustrie: 34,8 Prozent).

Auch im West-Ost-Vergleich bestehen deutliche Unterschiede in den Angestelltenanteilen, wie die folgende Grafik verdeutlicht (Vgl. Abb. 33).

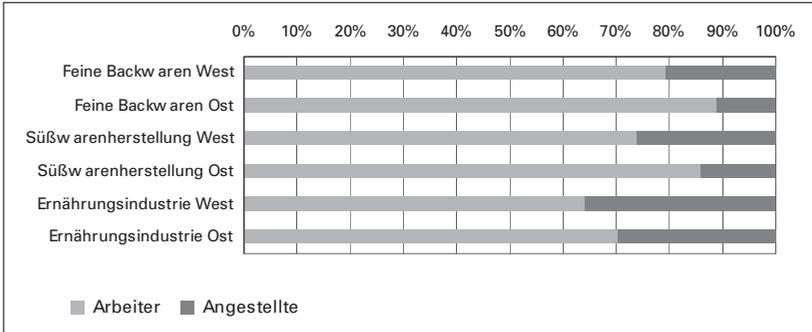
Ausgehend von sehr geringen Angestelltenzahlen in Ostdeutschland waren zwischen 2000 und 2004 in den östlichen Bundesländern deutliche höhere Zuwachsraten bei den Angestelltenzahlen zu verzeichnen als in Westdeutschland: Bei den Feinen Backwaren stieg die Angestelltenbeschäftigung um 15,4 Prozent (Westdeutschland: 0,7 Prozent) und in der Süßwarenindustrie um 27,4 Prozent (Westdeutschland: 4,9 Prozent). Hieraus lässt sich ableiten, dass nicht nur Produk-

82 Aktuelle Daten liegen leider nicht mehr vor, da die Differenzierung zwischen Arbeitern und Angestellten nicht mehr fortgeschrieben wird.

83 Der signifikante Anstieg der Zahl der Angestellten im Bereich Speiseeis ist jedoch voraussichtlich weniger auf immer größer werdende Verwaltungsstrukturen, als z. B. auf die Übernahme von Verkaufsfahrern in Angestelltenverhältnisse, zurückzuführen.

tion in den ostdeutschen Bundesländern aufgebaut wurde, sondern auch Overhead- bzw. Verwaltungsstrukturen.

Abb. 33: Angestellten-/Arbeiteranteile an der Gesamtbeschäftigung der Süßwarenindustrie im West-Ost-Vergleich 2004



Anmerkung: Für die Speiseeisherstellung liegen keine Daten vor.

Quelle: Monatsbericht Verarbeitendes Gewerbe

2.9.6 Entwicklung der Qualifikationsstruktur der Beschäftigten

An den grundlegenden Strukturmerkmalen der Qualifikation der Beschäftigung in der Süßwarenindustrie hat sich zwischen 2000 und 2006 zunächst keine substantielle Änderung ergeben.⁸⁴ Feststellbar ist vielmehr in allen drei Teilbranchen der allgemeine Trend eines abnehmenden Anteils von An- und Ungelernten⁸⁵:

- Am deutlichsten ging der Anteil ungelerner Arbeitskräfte in der Speiseeisherstellung von 38,4 Prozent auf 31,9 Prozent zurück.
- Auch bei den Herstellern feiner Backwaren wurde der ausgesprochen hohe Anteil ungelerner Arbeitskräfte von 45,2 Prozent auf 41,3 Prozent reduziert.
- In der Süßwarenherstellung reduzierte sich schließlich der Anteil von Beschäftigten ohne Berufsausbildung von 36,8 Prozent auf 34 Prozent.

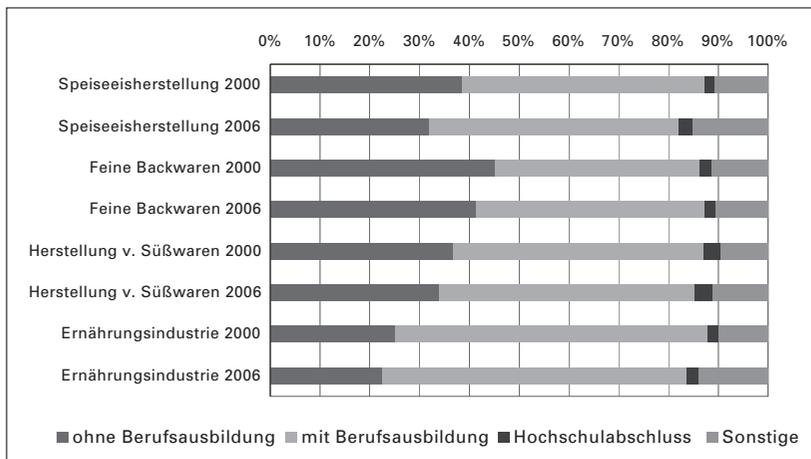
84 Leider konnte im Rahmen dieser Studie kein detaillierterer West-Ost-Vergleich der Entwicklungsdynamik der Qualifikationsstrukturen vorgenommen werden, weil eine entsprechend ausdifferenzierte Datenbasis nicht vorlag.

85 Hier ist anzumerken, dass die hier diskutierten Daten einer Sonderauswertung der Bundesanstalt für Arbeit entnommen sind, die im Rahmen unseres Projekt durchgeführt wurde. Die BA-Daten zu den Beschäftigungszahlen in den Teilbranchen der Süßwarenindustrie weichen dabei zum Teil deutlich von den Daten des Statistischen Bundesamtes (Monatsbericht Verarbeitendes Gewerbe) ab.

Anzumerken bleibt, dass nach wie vor der Anteil von Beschäftigten ohne Berufsausbildung im Vergleich zu anderen Branchen hoch ist. Dies mag etwa die Vergleichszahl der Gesamtheit der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland verdeutlichen: hier lag der Anteil von ungelerten Beschäftigten im Jahre 2006 bei lediglich 15,4 Prozent. Zudem war hier der prozentuale Rückgang bei den Beschäftigten ohne Berufsausbildung im Zeitraum 2000 – 2006 deutlich höher als in der Süßwarenindustrie (zumindest bei den Feinen Backwaren und der Süßwarenherstellung).

Trotzdem ist auch die Süßwarenbranche durch einen Upgrading-Prozess der Qualifikationsniveaus geprägt: Der Anteil qualifizierter Beschäftigter steigt klar an. Dabei handelt es sich aber nur zum Teil um Facharbeiter: Während die Zahl der Facharbeiter im Bereich der Feinen Backwaren zwischen 2000 und 2006 angestiegen ist und sich auch der Facharbeiteranteil an der Gesamtbeschäftigung dieser Teilbranche erhöhte, gab es in der Speiseeisherstellung wie auch in den Unternehmen der Süßwarenherstellung die größten prozentualen Zuwächse in der Gruppe der Beschäftigten mit sonstigen Qualifikationen. Dies findet seinen Ausdruck auch in der Qualifikationsstruktur der Beschäftigten im Vergleich zwischen 2000 und 2006. Signifikant niedrig ist der Anteil der Hochschulabsolventen – insbesondere in der Teilbranche der Feinen Backwaren. Zwischen 2000 und 2006 war dieser ohnehin niedrige Anteil in den Teilbranchen Süßwaren und Feine Backwaren weiter rückläufig, während der Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter mit Hochschulabschluss bundesweit anstieg. Hier geht die Schere also weiter auseinander (Vgl. Abb. 34).

Abb. 34: Qualifikationsstrukturen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Süßwarenindustrie 2000 und 2006



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit: Sonderauswertung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

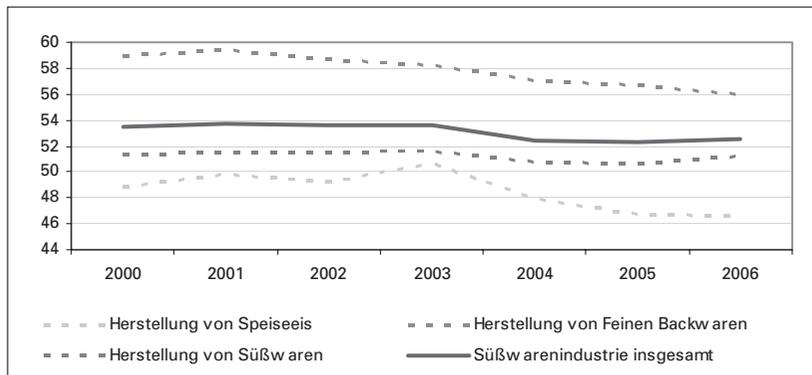
2.9.7 Entwicklung der Geschlechterstrukturen

Frauen waren in allen drei Teilbranchen der Süßwarenindustrie stärker vom Arbeitsplatzabbau betroffen als Männer: Zwischen 2000 und 2006 lag der Rückgang bei den weiblichen Beschäftigten in der gesamten Süßwarenindustrie bei rund 8,5 Prozent, während die Zahl der männlichen Beschäftigten lediglich um 4,5 Prozent zurückging.⁸⁶ Am stärksten war der Rückgang dabei in der Herstellung von Speiseeis: Hier nahm die Zahl der beschäftigten Frauen um fast 26 Prozent ab, während der Rückgang bei den männlichen Beschäftigten lediglich 19 Prozent betrug. Bei den Herstellern der Feinen Backwaren entwickelten sich die Beschäftigtenzahlen der Frauen und Männer gegenläufig: Während die Zahl der Frauen in der Branche um rund 7,5 Prozent abnahm, verzeichneten die Männer

⁸⁶ Hier sei anzumerken, dass auch diese Zahlen auf den Daten zur Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Bundesanstalt für Arbeit basieren. Im Unterschied zu den Daten des Statistischen Bundesamtes weist die BA eine rückläufige Entwicklung der Beschäftigung in allen drei Teilbranchen der Süßwarenindustrie aus. Bei den Beschäftigtenzahlen des Statistischen Bundesamtes für den Zeitraum 2000 bis 2006 hat es dagegen bei der Beschäftigung in der Süßwarenherstellung und der Speiseeisherstellung eine positive Entwicklung gegeben. Zu weiteren Hinweisen siehe auch die methodische Vorbemerkung am Anfang dieses Berichtsteils.

einen Zuwachs von knapp 5 Prozent. Als Folge dieser Entwicklungen hat sich der Frauenanteil in der Süßwarenindustrie in allen drei Teilbranchen verringert, am deutlichsten in der Herstellung von Speiseeis und bei den Feinen Backwaren. Jedoch ist darauf hinzuweisen, dass der Frauenanteil nach wie vor mit knapp 56 Prozent (Feine Backwaren), 51 Prozent (Herstellung von Süßwaren) und knapp 47 Prozent (Speiseeisherstellung) vergleichsweise hoch ist (Vgl. Abb. 35).

Abb. 35: Entwicklung des Frauenanteils an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Teilbranchen der Süßwarenindustrie 2000 – 2006 (%)



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit: Sonderauswertung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

2.9.8 Entwicklung der Beschäftigung von ausländischen ArbeitnehmerInnen

In einem noch stärkerem Maße als im Falle der weiblichen Beschäftigten gingen im Zeitraum 2000 bis 2006 die Anteile der ausländischen ArbeitnehmerInnen in den drei Branchen der Süßwarenindustrie zurück.

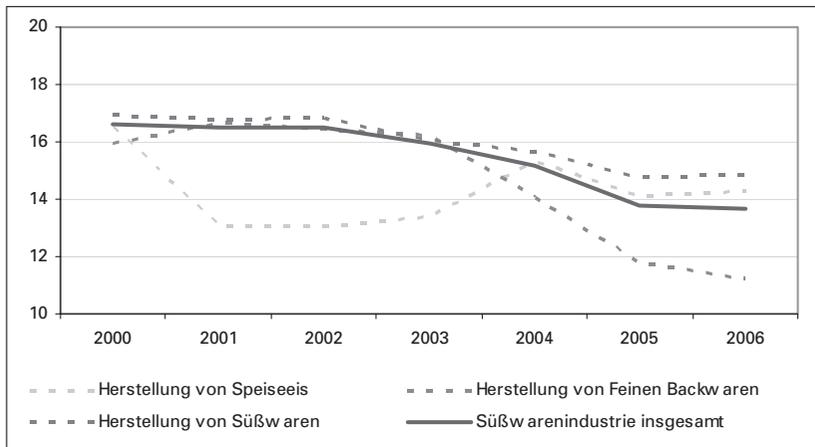
Während in der Süßwarenindustrie insgesamt die Zahl der beschäftigten Ausländer um rund ein Viertel reduziert wurde, waren die Rückgänge besonders in der Herstellung von Speiseeis mit fast einem Drittel und in der Herstellung von Feinen Backwaren (31,4 Prozent) besonders ausgeprägt.

Hier ist jedoch anzumerken, dass diese Entwicklung sicherlich nicht ausschließlich auf Entlassungen zurückzuführen ist, sondern sich zum Teil auch aus Einbürgerungen erklären lassen. In den Untersuchungszeitraum fiel die Einfüh-

rung des neuen Staatsbürgerschaftsrechts, welche zu einer deutlichen Zunahme von Einbürgerungen geführt hat.

Bis zum Jahre 2006 hat sich durch diese Entwicklungen jedoch der Ausländeranteil an der Gesamtbeschäftigung der Süßwarenindustrie deutlich von rund 17,5 Prozent auf unter 14 Prozent reduziert. Besonders dramatisch ging er bei den Unternehmen der Feinen Backwarenherstellung von fast 16 Prozent auf nur noch knapp über 11 Prozent zurück (Vgl. Abb. 36).

Abb. 36: Entwicklung des Ausländeranteils an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Teilbranchen der Süßwarenindustrie 2000 – 2006 (%)



Quelle: Bundesanstalt für Arbeit: Sonderauswertung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten

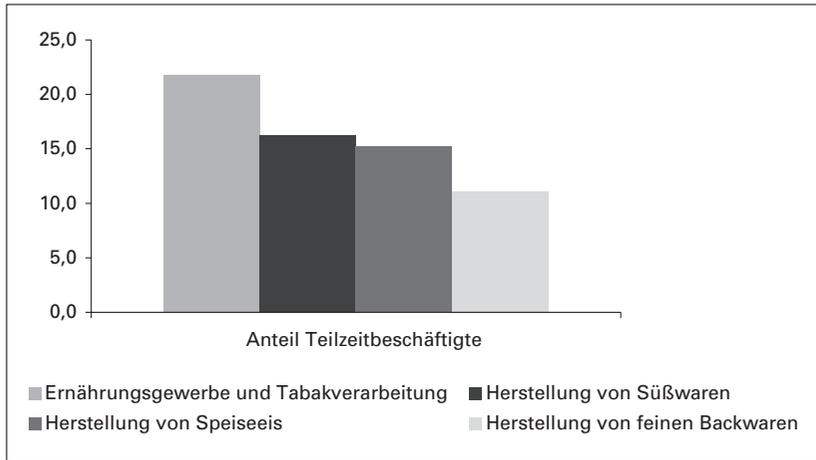
2.9.9 Entwicklung der Teilzeitbeschäftigung und der geringfügig Beschäftigten

Als Indikatoren einer zunehmenden Flexibilisierung des Arbeitskräfteeinsatzes können Daten über die Entwicklung der Zahl der Teilzeitkräfte und der geringfügig Beschäftigten herangezogen werden.

Dabei ist zunächst festzustellen, dass beide dieser Arbeitsverhältnisformen in der Süßwarenindustrie keine besondere Rolle spielen: Die Teilzeitquote (d.h. Anteil der Teilzeitbeschäftigten an der Gesamtbeschäftigung) lag in den drei Teilbranchen im Jahre 2005 mit knapp 13 Prozent deutlich unter dem Durchschnitt

der Ernährungsindustrie insgesamt (knapp 22 Prozent). Seit 2002 stieg die Zahl der Teilzeitkräfte in allen drei Teilbranchen um lediglich 2,4 Prozentpunkte und noch am deutlichsten in der Herstellung von Speiseeis (5,2 Prozentpunkte) an (Vgl. Abb. 37).

Abb. 37: Anteil der Teilzeitbeschäftigten an der Gesamtbeschäftigung 2005 (%)



Quelle: Statistisches Bundesamt: Fachserie 4, Reihe 4.3 Kostenstruktur der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes

Auch die Zahl und der Anteil der geringfügig Beschäftigten hat sich im Zeitraum 2000 bis 2006 kaum merklich erhöht: Die Anteile dieser Form von Lohnarbeit an der Gesamtbeschäftigung lagen 2006 in den drei Teilbranchen zwischen 5 Prozent (Süßwarenherstellung) und rund 8 Prozent (Speiseeisherstellung).

3 Spezifika der Süßwarenindustrie

Die Süßwarenindustrie hat eine Reihe von spezifischen Themen, die von hoher Entwicklungsrelevanz für die Branche und ihre Beschäftigten sind. Hierzu gehören die ausdrückliche Verbundenheit einiger Unternehmen mit dem Standort Deutschland, die starke Position inhabergeführter Unternehmen in den Teilbranchen Süßwaren und Feine Backwaren, die saisonabhängige, große Flexibilität in Produktion und Arbeit, die Qualifikationsstruktur mit sehr hohen Anteilen ungelerner MitarbeiterInnen in Teilen der Branche und der vermeintliche Konflikt zwischen gesunder Ernährung und Süßwarenkonsum. Diese Themen lassen sich nur unzureichend auf Datenbasis analysieren. Im Zuge von Expertengesprächen mit VertreterInnen von Betrieben und Interessenvertretungen sowie der Verbände wurden daher die vorstehenden Themen praxisnah diskutiert und im Rahmen einer qualitativen Analyse ausgewertet. Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse zusammengefasst, die teilweise aus den Interviews mit den Betrieben und Verbänden und teilweise aus Publikationen über die Betriebe der Süßwarenindustrie und der Auswertung von Datenmaterial resultieren. Dabei werden die Betriebe nicht namentlich genannt, sofern die Informationen aus den Gesprächen stammen und nicht öffentlich zugänglich sind, da den Interviewpartnern Vertraulichkeit zugesagt wurde.

3.1 Standort Deutschland

Es gibt eine Reihe renommierter mittelständischer Unternehmen, die sich grundsätzlich zum Produktionsstandort Deutschland bekennen.⁸⁷ Lohnkostenvorteile, die von manchen als Grund für Auslandsengagement angeführt werden, spielen in anderen Fällen eine nur noch untergeordnete Rolle. In hochtechnisierten Betrieben ist der Lohnkostenanteil in der Produktion durch Automatisierung inzwischen so stark gesunken (8 – 10Prozent), dass der Einspareffekt durch eine Verlagerung in ein Land mit niedrigeren Lohnkosten keinen angemessenen ROI mehr sicherstellen würde. Für diese Unternehmen ist ein Weggang aus Deutschland keine Option, da Deutschland als Standort für qualifiziertes Personal und hohe Qualität

87 Z.B. Bahlsen, vgl. Die Zeit 02.12.2004 Nr.50.

als sehr gut eingeschätzt wird. Häufig sprechen im Premiumbereich neben den Qualitäts- auch Herkunftsargumente (z.B. Lübecker Marzipan) gegen eine Verlagerung der Produktion ins Ausland. Grundsätzlich dürfte jedoch auch die zu kleine Kapitalkraft mittelständischer Unternehmen zur Zurückhaltung bei größeren Auslandsinvestitionen beitragen.

Mehrere Unternehmen können sich zwar Produktionsstätten im Ausland vorstellen bzw. haben schon welche, dann aber überwiegend für die Belieferung des dortigen regionalen Marktes. In einigen Fällen wird heute bereits im Ausland für den deutschen Markt produziert oder konfektioniert, in anderen Fällen wird eine zukünftige Produktion im Ausland für den deutschen Markt nicht ausgeschlossen.

Wachstum in Deutschland ist nach übereinstimmender Auffassung nur noch durch »Kannibalismus«, also durch die Verdrängung anderer Anbieter möglich. Der deutsche Markt ist in den meisten Segmenten weitgehend gesättigt. Eine Ausnahme bilden Produkte, die z.B. durch Reduktion von Fett oder Zucker an das Gesundheitsbewusstsein appellieren. Ansonsten resultiert Umsatzwachstum in der deutschen Süßwarenindustrie im Wesentlichen aus erfolgreichem Export, der in manchen Unternehmen schon mehr als 50 Prozent des Umsatzes ausmacht.

Eine Gefahr für den Standort Deutschland wird im anhaltenden Wachstum der Handelsmarken gesehen, die häufig keine ausreichenden Margen bei den Produzenten sicherstellen und zulasten der Markenprodukte gehen.

Einige große mittelständische Unternehmen – insbesondere mit anstehenden Generationswechsel – sind mögliche Übernahmekandidaten größerer Konzerne, auch wenn dies in der Vergangenheit eher die Ausnahme war (z.B. Übernahme von Stollwerck durch Barry Callebaut). Hieraus kann, muss aber keine Gefährdung für die deutsche Produktion entstehen.

Kurz- und mittelfristig stellen insbesondere unternehmer- bzw. inhabergeführte Betriebe den Standort Deutschland nicht in Frage, sondern sehen eine gute Perspektive.

3.2 Inhabergeführte Unternehmen

Neben ihrer relativ größeren Standorttreue zeichnet die unternehmergeführten Betriebe aus, dass sie tendenziell langfristiger planen als managementgeführte Unternehmen. Der Mensch und MitarbeiterInnen und die Erhaltung von Arbeits-

plätzen haben einen hohen Stellenwert, der nachhaltige Erfolg steht im Mittelpunkt und wird höher eingeschätzt als kurzfristige Gewinnmaximierung. Gewinne werden häufig reinvestiert. Die Unternehmen sind historisch gewachsen, werden oft von Familien über mehrere Generationen geführt und haben exponierte und über Jahrzehnte gepflegte Marken. Die Belegschaften von inhabergeführten Unternehmen identifizieren sich häufig stärker mit dem Betrieb, u.a. weil die ArbeitnehmerInnen ihre Beschäftigung als langfristig und relativ sicher einschätzen. Nach Einschätzung der ArbeitnehmerInnenseite ist die Fluktuation gering, auch auf höheren Hierarchieebenen. Ein Grund wird darin gesehen, dass die ArbeitnehmerInnen nicht zwangsläufig das Unternehmen wechseln müssen, um »Karriere« zu machen, sondern auch innerbetrieblich, im Rahmen längerfristiger Personalentwicklung und -planung, aufsteigen können. Bei längerer Stagnation in der Umsatzentwicklung und damit fehlendem Beschäftigungswachstum laufen diese Unternehmen allerdings auch in die Gefahr einer tendenziellen Überalterung der Belegschaft, wie bereit im Kapitel 1.1.4 zur Altersstruktur der Süßwarenindustrie aufgezeigt wurde.

Inhabergeführten Betrieben wird eine positive Unternehmenskultur und hohe soziale Verantwortung zugesprochen, sowohl von ArbeitgeberInnen- als auch von ArbeitnehmerInnenseite. Sie haben häufig Erfolgsbeteiligungen für die MitarbeiterInnen, die zumindest in ertragreichen Jahren zu einer überdurchschnittlichen Entlohnung der Beschäftigten führt. Der persönliche Kontakt zu den MitarbeiterInnen wird häufig noch gepflegt. Es wird häufiger in die MitarbeiterInnen investiert, die Schwelle, in Krisenzeiten zu entlassen, ist höher als bei managementgeführten Betrieben.

Von der Belegschaft wird andererseits eine große Loyalität, überdurchschnittliches Engagement und eine hohe Qualität der Arbeit erwartet.

Ein so genanntes Co-Management des Betriebsrats ist in inhabergeführten Betrieben häufig Strategie, d.h. der Betriebsrat wird in viele Entscheidungen einbezogen und versteht sich mehr als Co-Management denn als Antipode zur Geschäftsleitung.

Der Erfolg und die Stabilität der Süßwarenindustrie wird von vielen darauf zurückgeführt, dass es in dieser Branche noch viele solcher inhabergeführter Unternehmen gibt, die langfristigen und nachhaltigen Erfolg sicher stellen. Auch der Erhalt der Vielfalt an Produkten wird nur in einer mittelständischen Struktur für möglich gehalten. Problematisch kann es in einigen Betrieben werden, wenn die Nachfolge nicht geregelt ist. In einigen Fällen gibt es Unsicherheit, ob es eine

geeignete Nachfolge in der Unternehmerfamilie gibt, so dass noch unklar ist, wie das Unternehmen nach Ausscheiden der aktuellen Inhaber aus der Unternehmensleitung zukünftig geführt wird.

3.3 Qualifikationsentwicklung

Die Anforderungen an die Qualifikationen der Beschäftigten und insbesondere der Neueinstellungen haben sich in breiten Teilen der Süßwarenindustrie – von einem relativ niedrigen Niveau ausgehend – erhöht. Entsprechend ist in vielen Betrieben das durchschnittliche Qualifikationsniveau in den letzten Jahren gestiegen. Dieser Trend ist in westdeutschen Betrieben ausgeprägter als in ostdeutschen – vermutlich, weil das Ausgangsqualifikationsniveau in den ostdeutschen Betrieben – zumindest formal – deutlich höher ausfällt. In den Betrieben, in denen sich die Qualifikationsanforderungen gewandelt haben, sind folgende Trends zu beobachten:

- Gute deutsche Sprachkenntnisse gewinnen als Einstellungsvoraussetzung an Bedeutung, da technische Unterweisungen und Teamkommunikation ein Mindestmaß an deutscher Artikulationsfähigkeit zwingend erfordern.
- Eine, wenn auch branchenfremde, Ausbildung wird zunehmend als Nachweis bzw. als Eignungsvoraussetzung auch für Anlern Tätigkeiten gefordert. Wer eine Ausbildung absolviert hat, hat mehr oder weniger den Beweis angetreten, dass er oder sie lernwillig und lernfähig ist, also ggf. auch entwicklungsfähig, um neuen, steigenden Anforderungen gerecht zu werden.
- Die Qualifikationsanforderungen liegen entweder in der Breite oder in der Spitze. Das bedeutet, wer nicht stark spezialisiert ist, sollte mehrfach qualifiziert und damit flexibel einsetzbar sein.
- In den Verwaltungen entwickelt sich ein Trend zur Akademisierung. Bisherige Sachbearbeitungsstellen werden bei einer Neubesetzung immer häufiger mit Bewerbern besetzt, die einen Hochschulabschluss haben – allerdings von einem vergleichsweise extrem niedrigen Niveau bei den Süßwaren und insbesondere den Feinen Backwaren ausgehend.
- Sowohl für die Verwaltung als auch für die Produktion ist zu beobachten, dass die Neubesetzung einer Stelle in vielen Fällen durch eine qualifizierte bzw. höher qualifizierte Kraft erfolgt.

- Ausbildungsplätze werden heute in den befragten Betrieben im Wesentlichen für folgende Berufe angeboten: Mechatroniker, Industriekaufmann/-frau, Bürokaufmann/-frau und Fachkraft für Süßwarentechnik. Die Zahl der Ausbildungsplätze geht im Bereich der Mechatroniker oder Büro- und Industriekaufmann/-frau zurück, da die Ausgebildeten im Anschluss zu wenig Chancen auf Weiterbeschäftigung haben. So sind z.B. Mechatroniker als Maschinenbediener oder am Band überqualifiziert. Viele entscheiden sich dann für ein weiterführendes Ingenieurstudium. Bürokaufmänner/-frauen und Industriekaufmänner/-frauen fallen zum Teil der Akademisierung der Verwaltung zum Opfer. Darüber hinaus werden durch fehlendes Wachstum keine neuen Stellen geschaffen.

Die Qualifikationsentwicklung in der Branche gibt kein einheitliches Bild ab. So verharren in einer Reihe von Betrieben die Qualifikationsanforderungen auf dem bereits extrem niedrigem Niveau. Dieses bedeutet in der Regel

- einen anhaltend hohen Ausländeranteil mit gravierenden Problemen in der deutschen Sprache
- einen anhaltend hohen Anteil an angelernten, überwiegend niedrig entlohnten Frauenarbeitsplätze in der Produktion und Konfektionierung
- den zunehmenden Ersatz von Facharbeitern durch Angelernte
- die Durchführung von Weiterbildung nur unter (externem) Druck
- Ausbildung nur noch für Verwaltungstätigkeiten
- wenig Bedarf an Fachkräften für Süßwarentechnik und Lebensmitteltechnologien.

Diese Betriebe sind häufig auch diejenigen, die über Produktionsverlagerungen in osteuropäische Länder diskutieren oder bereits Produktionsstätten in diesen Ländern besitzen, um durch den Abbau von Personalkosten konkurrenzfähig zu bleiben bzw. zu werden.

Die angespannte Arbeitsmarktlage in Ostdeutschland hat dazu geführt, dass das durchschnittliche Qualifikationsniveau der Beschäftigten höher ist und die Lohnkosten nach wie vor niedriger als in Westdeutschland sind. Insofern spiegeln die vorstehend aufgeführten Thesen in erster Linie die Situation und Entwicklung in den westdeutschen Betrieben wider. Hinzu kommt, dass die ostdeutschen Betriebsstätten durch hohe Modernisierungsinvestitionen heute technologisch führend sind. Die daraus resultierenden Produktivitätsvorteile schaffen bzw. stabilisieren in Ostdeutschland die Arbeitsplätze in der Süßwarenindustrie, wie bereits zum Thema Beschäftigung aufgezeigt wurde.

3.4 Arbeitszeitflexibilisierung

In der Süßwarenindustrie sind Arbeitsorganisation und Produktion hochflexibel. Die Anforderungen an die Flexibilität sind in dieser Branche weniger konjunktur-, als vielmehr witterungsabhängig. Besonders beim Speiseeis, aber auch bei den anderen Süßwaren gibt es Schwankungen im Konsum, die zu Produktionsschwankungen führen.

Modelle zur Arbeitszeitflexibilisierung haben in den vergangenen Jahren in erheblichem Maße zur Wettbewerbsfähigkeit und Arbeitsplatzhalterhaltung beigetragen. Es gibt je nach Auftragslage Ein- bis Vierschichtproduktionen im selben Betrieb. Um Saisonschwankungen aufzufangen, gibt es neben Arbeitszeitkonten, Gleizeit und Vertrauensarbeitszeit auch kollektive Teilzeitregelungen über 80 oder 85 Prozent der Arbeitszeit zur Sicherung der Arbeitsplätze und Erhöhung der Flexibilität – oft betrifft dies ehemalige Saisonkräfte. Manche ArbeitnehmerInnen arbeiten nur jede zweite Woche, Teilzeitkräfte teilen sich Schichten. Einige Arbeitszeitvereinbarungen erlauben die Ausdehnung der Arbeitszeit auf das Wochenende bzw. die komplette Schließung des Betriebes bei Unterauslastung oder auch Urlaubssperren bei hoher Auslastung. In anderen Betrieben stehen MitarbeiterInnen in definierten Zeiten auf Abruf zur Verfügung und sind flexibel an unterschiedlichen Stellen einsetzbar, was entsprechende Qualifizierungsmaßnahmen voraussetzt.

Überwiegend scheint jedoch die Arbeitszeitflexibilisierung mittlerweile an ihre Grenzen zu stoßen. Neue Arbeitszeitmodelle werden zur Zeit wenig diskutiert, bestehende sollen fortgeführt und weiterentwickelt werden.

Arbeitszeitflexibilisierung und Teilzeit wird allerdings überwiegend aus der Unternehmensperspektive gesehen, Work-Life-Balance bzw. Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie individuelle Teilzeitarbeit spielen bisher eine untergeordnete Rolle.

Überwiegend wächst der Anteil der Leiharbeit, z. T. als Ersatz für Saisonkräfte mit dem Hinweis, dass Leiharbeitskräfte besser qualifiziert seien. Andere Betriebe schätzen nach wie vor die Qualität ihrer Saisonkräfte hoch ein und versuchen, sich einen Stamm von Saisonkräften zu halten, den sie in der Saison immer wieder einsetzen können und nicht jedes mal neu anlernen müssen.

Der Umfang des Einsatzes und die Ansichten über die Notwendigkeit und Qualität des Einsatzes von Leiharbeitskräften gehen in der Branche weit auseinander. Die Motivation ist in der Regel bei LeiharbeiterInnen geringer, die

Fluktuation höher. Aufgrund der zum Teil hohen Kosten, die den Unternehmen durch Leiharbeit entstehen, ist ein betriebswirtschaftlicher Vorteil nicht immer zu erkennen. Die vermeintlich größere Flexibilität, die der Einsatz von Leiharbeit bietet, scheint für viele Unternehmen als Argument die Qualifikations- und Motivationsdefizite aufzuwiegen.

3.5 Gesundheitstrends

Für die Unternehmen spielt der Gesundheitstrend in mehrerer Hinsicht eine bedeutende Rolle. Zum einen bietet die Nachfrage nach gesundheitsbewussten Lebensmitteln die Möglichkeit neuer Absatzmärkte. Ein befragtes Unternehmen konnte durch den Verkauf gesundheitsbewusster Artikel, die sich durch die Reduzierung von Fett und den Einsatz besserer Rohstoffe auszeichnen, zusätzliches Geschäft generieren, ohne dass es bei den klassischen Produkten zu Einbußen kam. Das bestätigt die Einschätzung eines anderen Unternehmens, dass es auch künftig beide Arten von Konsumenten geben wird: den »Genuss-Konsumenten«, der herkömmliche Produkte konsumiert, und den »gesunden Konsumenten«, der auf Reduzierung von Zucker und Fett und auf gesunde Inhaltsstoffe Wert legt.

Alle Unternehmen merken an ihrem Absatz den Trend zu gesundheitsbewussten Produkten. Bei der Schokolade geht der Trend zu höherem Kakao- und niedrigerem Zuckeranteil, bei den Snacks ist Fettreduzierung und die Verwertung besserer Inhaltsstoffe ein Thema. Zuckerreduzierte und -freie Bonbons und Kaugummi liegen ebenfalls im Trend. Zwar ist bei allen befragten Unternehmen der klassische Konsument noch der -hinsichtlich des verkauften Volumens- mit Abstand größere Kunde, aber die leichten und gesünderen Produkte gewinnen an Bedeutung.

Der Health-Claims-Verordnung stehen die Unternehmen eher skeptisch gegenüber. Kleinere Unternehmen fühlen sich benachteiligt, da sie sich beispielsweise keine wissenschaftlichen Gutachten für ein Produkt leisten können. Dies wird aber erforderlich sein, wenn Produkte mit gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden sollen. Damit haben große Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil. Solche Einschätzungen wurden aber nur auf intensives Nachfragen geäußert, momentan beschäftigt die Verordnung die Betriebe nur am Rande, es herrscht noch große Unsicherheit über die weitere Ausgestaltung der Richtlinie. Wenn alle Bestandteile der Verordnung in Kraft getreten sind und die Nährwertprofile sowie die zuläs-

sigen gesundheitsbezogenen Angaben geklärt sind, werden die Auswirkungen auf die einzelnen Unternehmen deutlicher zu spüren sein. Das Thema wird dann an Bedeutung gewinnen.

Was die Werbeeinschränkungen durch die Verordnung angeht, wird bereits über Ausweichstrategien nachgedacht. So kann beispielsweise ein Bonbon, das Zucker enthält, über sein zuckerfreies Pendant gleichen Namens mitbeworben werden, ohne gegen die Vorschriften zu verstoßen.

Bei der Kennzeichnungspflicht wird bemängelt, dass Zucker als Inhaltsstoff angegeben werden muss, unabhängig davon, ob es sich um Fruchtzucker oder Weißzucker handelt. Das könne eher Verwirrung stiften als mehr Transparenz bringen. Ein Riegel, der seinen Zucker ausschließlich aus dem Fruchtzuckergehalt der verarbeiteten Früchte beziehe, könne so im Zuckergehalt nicht mehr von einem Riegel unterschieden werden, dem Weißzucker zugesetzt werde. Die Kennzeichnung von Produkten wird in Teilen vom Handel bereits verlangt, obwohl sie gesetzlich noch nicht vorgeschrieben ist.

Bio-Süßwaren spielen für die befragten Unternehmen noch eine untergeordnete Rolle. Einige Unternehmen experimentieren bereits mit Bio-Produkten, andere sehen Bio-Produkte eher bei kleinen Nischenproduzenten angesiedelt und halten die Nachfrage noch für zu gering, um große Mengen abzusetzen. Eine Rolle spielt auch die Furcht vor Lebensmittelskandalen, da die Anforderungen an Bio-Produkte hoch sind und befürchtet wird, dass die entsprechende Rohstoffqualität, die den Anforderungen an Bio-Produkte genügt, nicht immer problemlos verfügbar ist.

Ein größeres Unternehmen beteiligt sich an wissenschaftlichen Studien, die belegen sollen, dass der Genuss von Schokolade in Verbindung mit Sport und Bewegung nicht ungesund sein muss.

Zur Verantwortung der Süßwarenindustrie für die Gesundheit der Konsumenten haben die Gewerkschaft NGG und der BDSI ausführlich in Positionspapieren Stellung genommen. Sie lehnen die aus ihrer Sicht einseitige Konzentration auf die Ernährung als »Hauptschuldige« für die Entstehung von Übergewicht ab und betonen, dass das Problem des Übergewichts ein gesamtgesellschaftliches Problem sei, das neben dem Ernährungsverhalten viele andere Ursachen habe (u.a. mangelnde Bewegung, sozioökonomische Faktoren, genetische Veranlagung). Daher müssten auch mehrdimensionale Lösungsansätze entwickelt werden. Sie lehnen die Unterscheidung in gute und schlechte Lebensmittel ab, vielmehr seien Süßwaren hochwertige Lebensmittel, die zu Genuss und Lebensfreude beitrü-

gen. Die Verbände sehen sich aber in der Mitverantwortung und engagieren sich daher zusammen mit anderen Akteuren wie der Bundesregierung, dem Deutschen Sportbund, den Krankenkassen u.a. in der »Plattform Ernährung und Bewegung – peb«⁸⁸. Ziel der Plattform ist die Förderung eines gesunden Lebensstils, der ausgewogene Ernährung und viel Bewegung, aber auch Genuss und Entspannung umfasst.

Einzelne Unternehmen reagieren auf das Problem des Übergewichts auch mit Selbstbeschränkungen. So hat beispielsweise die Firma Masterfoods im Februar 2007 angekündigt, bis Ende 2007 weltweit seine Süßwaren nicht mehr Kindern unter 12 Jahren anzupreisen, indem es auf Werbung im Umfeld von Sendungen und Medien verzichtet, die sich an Kinder unter 12 Jahren richten.⁸⁹

Was die Nährwertkennzeichnung angeht, sind der BDSI und die Gewerkschaft NGG mit der Bundesregierung auf einer Linie. Der BDSI hat seinen Mitgliedern empfohlen, bereits heute freiwillig die so genannten Big 4 (Energie, Eiweiß, Kohlenhydrate und Fett) auf allen Verpackungen anzugeben, auf denen dies machbar und sinnvoll sei (d.h. nicht auf kleinstückigen Verpackungen und Geschenkartikeln). Darüber hinaus sollten sie den Energiegehalt pro Portion angeben, ergänzt durch die Angabe, wie viel Prozent der empfohlenen täglichen Gesamtenergieaufnahme durch die Portion abgedeckt wird. Dies entspricht weitgehend dem Vorschlag, den der Bundesverbraucherminister im Oktober 2007 vorgelegt hat.⁹⁰

88 ernaehrung-und-bewegung.de

89 SZ 06.02.07.

90 Vgl. Anhang

4 Zusammenfassung: Entwicklungschancen und -risiken

Der Umsatz in der Süßwarenindustrie ist seit dem Jahr 2000 um ca. 15 Prozent gestiegen. Während die Teilbranche der Feinen Backwaren mit Ausnahme des Jahres 2004 ein kontinuierliches Umsatzwachstum verzeichnen konnte, verliefen die Entwicklungen in den anderen beiden Teilbranchen Speiseeis und Süßwaren un stetig. Die Speiseeisherstellung ist nach einem enormen Wachstumsschub im Jahr 2003 wieder rückläufig; die Süßwaren hatten ihr Umsatzhoch im Jahr 2004 und mussten danach Umsatzrückgänge verkraften. Dabei verlief die Entwicklung in den westdeutschen Unternehmen tendenziell schlechter als in den ostdeutschen.

Anders als die Umsätze sind die Produktionsmengen und der Pro-Kopf-Verbrauch auch im Jahr 2006 weiter gestiegen. Allerdings wurde Pro-Kopf für 4 Prozent mehr Menge rd. 3 Prozent weniger ausgegeben – Süßwaren in Deutschland sind extrem preisgünstig. Das Preisniveau liegt sogar noch unter dem der osteuropäischen Länder wie Polen.

Wachstum generiert die Süßwarenindustrie im wesentlichen im Außenhandel bzw. im Ausland. Besonders der Markt in Osteuropa liefert hohe Wachstumsraten, allerdings von einem relativ niedrigen Umsatzniveau ausgehend. Wachstum auf dem deutschen Markt erfordert i.d.R. Verdrängung von Konkurrenzprodukten. Eine Ausnahme bilden zur Zeit einige fettreduzierte oder zuckerfreie Produkte, die das Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher ansprechen und neue Kundengruppen erschließen. Die Umsetzung der Health-Claims-Verordnung und die damit verbundenen nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben können aus Sicht der Industrie diesen Trend gefährden, da sie den Verbraucher verunsichern könnten.

Große Probleme erwachsen der Branche aus der Rohstoffverteuerung. Die Preisentwicklung bei den Rohstoffen wird zwangsläufig zu Preissteigerungen führen, die eine positive Nachfrageentwicklung im Inland und insbesondere das Marktwachstum in den osteuropäischen Ländern in Frage stellen können. Die Entwicklung des Zuckerpreises schafft keine ausreichende Kompensation. Die starke Position des LEH und der Discounter lässt darüber hinaus befürchten, dass der Anstieg der Rohstoffkosten im wesentlichen von der Süßwarenindustrie aufgefangen werden muss.

Anders als in weiten Teilen der Süßwarenindustrie ist der Konzentrationsprozess im Einzelhandel weit fortgeschritten, mit Blick auf die LEH-Strukturen in

europäischen Nachbarstaaten aber voraussichtlich noch nicht abgeschlossen. Die Prognosen gehen davon aus, dass der Anteil der Discounter und der großen LEH-Konzerne weiter zu Lasten der kleineren Geschäfte wächst. Damit einher geht ein anhaltendes Wachstum der Handelsmarken, auch wenn parallel Premiummarken ebenso im Discount auf dem Vormarsch sind. Nur wenige Premiummarkenhersteller entziehen sich der Kooperation mit dem Discount und dem Trend, auch Handelsmarken herzustellen. Besonders die Strategie der Discounter, Eigenmarken bzw. Handelsmarken mit Premiumqualität anzubieten, geht zulasten der Hersteller im mittleren Qualitätssegment und fördert die Segmentierung in einerseits hochwertige bzw. hochpreisige Artikel und andererseits Niedrigpreisartikel.

Die Stabilität in der Entwicklung der Süßwarenindustrie ist auf steigende Exportanteile in allen drei Teilbranchen zurückzuführen. Erfreulich für die Branche ist, dass der Auslandsumsatz dynamischer wächst als der -absatz – im Jahr 2006 um 2,2 Prozent. Der Außenhandelsumsatz mit osteuropäischen Ländern wächst ungleich schneller- mit Polen in 2006 um rd. 30 Prozent. Damit gehen inzwischen rd. 6 Prozent des deutschen Süßwarenexports nach Polen. Rückläufig sind die Exporte in die bisher größten EU-Abnehmerländer wie Frankreich, Österreich, Großbritannien und die Niederlande. Dafür steigt der Export in die Länder außerhalb der EU, wie die USA, Russland oder die Schweiz. Umgekehrt ist der Import von Süßwaren nach Deutschland rückläufig. Der Importwert fällt mit 4 Prozent in 2006 noch schneller als die Menge, was ein Indikator für die hohe Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Premiumprodukte der Süßwarenindustrie ist.

Deutschland ist nicht nur der größte Süßwarenproduzent in der EU, sondern hat seit dem Jahr 2000 auch seinen Absatz mit einem Plus von 14,5 Prozent schneller steigern können als der Durchschnitt der EU-Staaten. Auch im Pro-Kopf-Verbrauch liegt Deutschland mit Ausnahme beim Konsum von Feinen Backwaren weit über dem Durchschnittsverbrauch der EU. Der Konsum von Süßwaren, Feinen Backwaren und Speiseeis ist in den osteuropäischen EU-Staaten noch sehr viel niedriger als in den westlichen. Besonders der extrem niedrige Verbrauch von Schokolade in Polen lässt vermuten, dass neben einem anderen Konsumverhalten auch das Preisniveau eine wichtige Rolle spielt. Trotz des geringeren Lohnniveaus sind die Süßwaren in Polen teurer als in Deutschland. Dennoch steigt der Verbrauch in den östlichen EU-Ländern stark an, während er in den westlichen stagniert. Darüber hinaus gibt es beim Konsumniveau von Schokolade und Eis ein starkes Nord-Süd-Gefälle in Europa.

Die Süßwarenbranche in Deutschland wird im Allgemeinen als überwiegend mittelständisch geprägt angesehen, wohl auch aufgrund der größeren Anzahl von Familienbetrieben, die sich traditionell auch bei Unternehmensgrößen von deutlich über 500 oder sogar 1.000 Beschäftigten noch als mittelständisch bezeichnen. Ein wesentliches Strukturmerkmal der Süßwarenindustrie im Vergleich zur Ernährungsindustrie insgesamt besteht jedoch in einem deutlich größeren Beschäftigtenanteil in Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten. Trotz des überdurchschnittlichen Anteils großer Unternehmen liegen alle drei Teilbranchen der Süßwarenindustrie unter den Umsatz- und Arbeitsproduktivitätskennziffern der Ernährungsindustrie insgesamt. Insbesondere die Hersteller Feiner Backwaren, bei denen mehr als 45 Prozent der Beschäftigten in Unternehmen mit mindestens 500 Beschäftigten arbeiten, liegen am unteren Ende der Skala und sehr deutlich unter dem Gesamtdurchschnitt der Ernährungsindustrie. Anders als es zu erwarten gewesen wäre, haben der unterdurchschnittliche Umsatz pro Beschäftigten und die unterdurchschnittliche Bruttowertschöpfung pro Beschäftigten in den vergangenen Jahren zu keinen größeren Konzentrationsprozessen in der Süßwarenindustrie geführt. Gegenüber dem Jahre 2000 hat sich die Zahl der Betriebe in der Branche praktisch nicht verändert. Allerdings stehen einer wachsenden Zahl von Betrieben mit 100 bis 499 Beschäftigten rückläufige Zahlen bei den kleinen Betrieben und überraschenderweise bei den großen Betrieben gegenüber. Diese Entwicklung läuft gegen den eigentlichen Trend in der Wirtschaft hin zur Konzentration der Produktion – geht allerdings einher mit dem Verlust von rd. 1.000 Arbeitsplätzen in den großen Unternehmen seit dem Jahr 2000.

Die relativ starke nationale und internationale Wettbewerbsposition der deutschen Süßwarenindustrie scheint am ehesten eine Erklärung dafür zu sein, warum Strukturwandel und Konsolidierung offensichtlich nach wie vor keine Top-Themen in der Branche sind. Die größte Entwicklungsunsicherheit resultiert aus dem anstehenden Generationswechsel bei einigen renommierten deutschen Familienunternehmen, zumal wenn die Nachfolgeregelungen offen sind.

Die Zahl der Beschäftigten in der Süßwarenindustrie ist seit dem Jahr 2000 leicht zurückgegangen – auf Basis der Statistik der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Bundesanstalt für Arbeit sogar um über 6 Prozent. Dabei war der Verlauf innerhalb der Teilbranchen unterschiedlich. Insbesondere beim Speiseeis verläuft die Entwicklung der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten deutlich negativer als die Zahl, die in der Beschäftigtenstatistik des Statistischen Bundesamtes (also inkl. Inhaber, mithelfender Familienmitglieder usw.) ausgewie-

sen ist. Auf Basis der Entwicklung sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung ergibt sich jedoch auch, dass die Süßwarenindustrie im Verhältnis zur Ernährungsindustrie insgesamt weniger Beschäftigte abgebaut hat. Dabei haben die großen Unternehmen stärker abgebaut als die mittleren Betriebe. Inwieweit Beschäftigung durch Leiharbeit substituiert wurde, ist statistisch nicht erfasst.

Im Vergleich der Entwicklungen zwischen den Betrieben in West- und Ostdeutschland zeichnet sich ein deutlich divergierender Beschäftigungstrend ab: Die Unternehmen in den westdeutschen Bundesländern haben Beschäftigung abgebaut, die in den ostdeutschen Bundesländer aufgebaut.

Auffällig ist die Veränderung in der Altersstruktur der Beschäftigten. Die Süßwarenbranche ist nicht nur durch eine ungünstige Alterstruktur im Vergleich mit der Ernährungsindustrie insgesamt gekennzeichnet, sondern »altert« darüber hinaus auch noch schneller. Diese Entwicklungen haben dazu geführt, dass bereits im Jahre 2006 rund ein Viertel der Beschäftigten in der Speiseeisherstellung und in den Unternehmen der Feinen Backwaren älter als 50 Jahre waren. Bei den Süßwarenherstellern lag der Anteil sogar bei über 26 Prozent. Andererseits ist der Anteil der unter 25-jährigen vergleichsweise niedrig.

Überraschend ist die Entwicklung der Anteile der Arbeiter und Angestellten in der Süßwarenindustrie. Während der Anteil der gewerblichen Beschäftigten abnimmt, wächst der Anteil der Angestellten. Dieser Trend verläuft gegenläufig zur Personalentwicklung in der Ernährungswirtschaft insgesamt.

Zumindest in Teilen der Süßwarenbranche läuft offensichtlich ein Upgrading-Prozess des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten, allerdings von einem extrem hohen Anteil An- und Ungelernter ausgehend. Der Anteil ist signifikant höher als in der Ernährungswirtschaft insgesamt. Sehr niedrig ist andererseits der Anteil der Beschäftigten mit Hochschulabschluss – insbesondere in der Teilbranche der Feinen Backwaren. Zwischen 2000 und 2006 war dieser ohnehin niedrige Anteil in den Teilbranchen Süßwaren und Feine Backwaren sogar weiter rückläufig, während der Anteil Beschäftigter mit Hochschulabschluss bundesweit ansteigt. Hier geht die Schere also weiter auseinander.

Verlierer beim Abbau der Arbeitsplätze waren die Frauen und die ausländischen Beschäftigten. Ein Grund hierfür liegt möglicherweise im steigenden Qualifikationsniveau, das erfahrungsgemäß immer noch dazu führt, dass An- und Ungelernte Frauen in diesem Upgrading-Prozess durch Männer verdrängt werden. Der statistisch starke Rückgang ausländischer Beschäftigter kann zum Teil in

der intensivierten Einbürgerung der vergangenen Jahre begründet, also real viel geringer ausgefallen sein.

Die Süßwarenindustrie hat eine Reihe von spezifischen Themen, die von hoher Entwicklungsrelevanz für die Branche und ihre Beschäftigten sind. Hierzu gehören die ausdrückliche Verbundenheit einiger Unternehmen mit dem Standort Deutschland, die starke Position inhabergeführter Unternehmen in den Teilbranchen Süßwaren und Feine Backwaren, die saison- und witterungsabhängige, große Flexibilität in Produktion und Arbeit, die Qualifikationsstruktur mit sehr hohen Anteilen ungelerner MitarbeiterInnen und das vermeintliche Gegeneinander von gesunder Ernährung und Süßwarenkonsum. Komprimiert ergab eine qualitative Analyse dieser Themen auf Basis von Expertengesprächen folgende Ergebnisse:

- Besonders inhabergeführte Betriebe stellen den Standort Deutschland nicht in Frage, sondern unterstreichen die eher guten Perspektiven.
- Lohnkostenvorteile in der Produktion in Osteuropa sind durch fortgeschrittene Automatisierung in Deutschland gesunken, so dass die Einspareffekte aus Produktionsverlagerungen sinken und immer seltener ein angemessener ROI (Return on Investment) sichergestellt ist.
- Inhabergeführten Unternehmen wird eine hohe soziale Verantwortung zugesprochen. Von den Belegschaften wird im Gegenzug Loyalität, überdurchschnittliches Engagement und hohe Qualität der Arbeit erwartet.
- Ein so genanntes Co-Management des Betriebsrats ist in inhabergeführten Unternehmen häufig Strategie, d.h. der Betriebsrat wird in viele Entscheidungen einbezogen und versteht sich mehr als Co-Management denn als Antipode zur Geschäftsleitung.
- Sowohl für die Verwaltung als auch für die Produktion ist zu beobachten, dass die Neubesetzung einer Stelle in vielen Fällen durch eine qualifizierte bzw. höher qualifizierte Kraft erfolgt. Die Entwicklung des Qualifikationsniveaus in der Branche ergibt jedoch kein einheitliches Bild. So verharren in einer Reihe von Unternehmen die Qualifikationsanforderungen auf sehr niedrigem Niveau.
- Modelle zur Arbeitszeitflexibilisierung haben zur Wettbewerbsfähigkeit und Arbeitsplatzerhaltung beigetragen. Die Flexibilisierung stößt jedoch zunehmend an ihre Grenzen. Bestehende Ansätze sollen angepasst und fortgeführt werden.
- Umfang und Einsatz von Leiharbeit gehen weit auseinander, der Anteil ist jedoch tendenziell steigend.

- Für die Unternehmen spielt der Gesundheitstrend in vielerlei Hinsicht eine bedeutende Rolle. Zum einen bietet die Nachfrage nach gesundheitsbewussten Lebensmitteln die Möglichkeit, neue Absatzmärkte zu erschließen, zum anderen werden aus Sicht der Unternehmen zusätzliche rechtliche Risiken aus der Health-Claims-Verordnung sowie eine Verunsicherung der Konsumenten befürchtet.

Insgesamt ist die Branche stolz auf ihre Qualitätsprodukte und ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit. Die Entwicklungsperspektiven werden in der Branche überwiegend positiv bewertet.

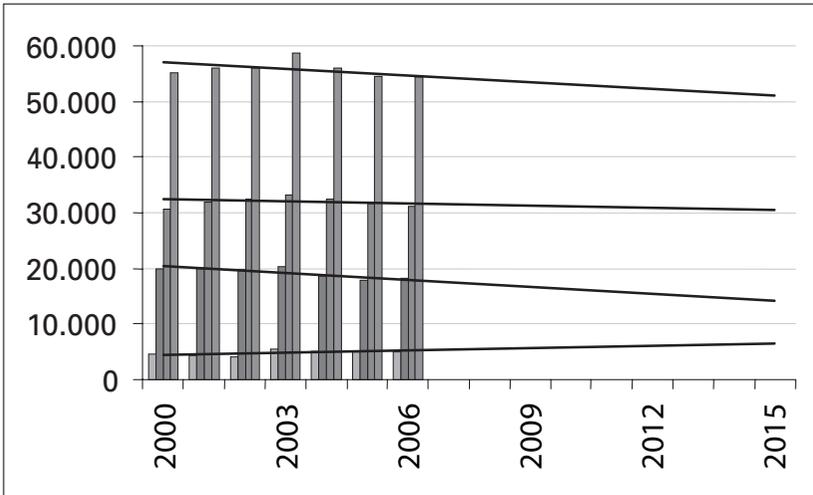
5 Ausblick 2015: Perspektiven der deutschen Süßwarenindustrie

5.1 Perspektiven der Beschäftigungsentwicklung

Die Beschäftigung in der Süßwarenindustrie hat sich, wie gezeigt, in den letzten Jahren vergleichsweise stabil entwickelt. Schreibt man die Entwicklung der Beschäftigung der Jahre 2000 bis 2006 bis zum Jahr 2015 linear fort, so ergibt sich für das Jahr 2015 eine Zahl von knapp über 50.000 Beschäftigten – ca. 3.700 Arbeitsplätze weniger als 2006. Größter Verlierer in diesem Szenario sind die Feinen Backwaren mit einem Verlust von knapp 4.000 Arbeitsplätzen. Für den Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten an den Gesamtbeschäftigten der Feinen Backwaren ist dieser Prognoseverlauf – vor dem Hintergrund der Erkenntnisse des Zeitraums 2000 bis 2006 – zu relativieren, das heißt, der Abbau sozialversicherungspflichtiger Beschäftigungsverhältnisse wird voraussichtlich moderater ausfallen. Die Teilbranche Süßwaren hätte im Jahr 2015 ca. 1.000 bzw. nur gut 3 Prozent weniger Arbeitsplätze als 2006. Sehr positiv fällt die Prognose für die Teilbranche Speiseeis aus. Da diese Teilbranche in den Jahren 2000 bis 2006 sehr hohen Beschäftigungsschwankungen ausgesetzt war und die Nachfrage stark witterungsabhängig ist, erscheint ein Beschäftigungswachstum um ca. 1.300 Beschäftigte im Prognosezeitraum eher in witterungsbedingten Spitzenjahren als generell möglich (Vgl. Abb. 38). Anzumerken ist darüber hinaus, dass der Verlauf der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Referenzzeitraum 2000 bis 2006 ein deutlich geringeres Wachstum ausweist als die Entwicklung der gesamten Beschäftigten, die für die Prognose zugrunde gelegt wurde. Insofern ist davon auszugehen, dass der Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter auch in der Prognose deutlich geringer steigt.

Nicht berücksichtigt in den Prognosen ist der zur Zeit wachsende Anteil an Leiharbeitern, der ggf. einen zusätzlich negativen Einfluss auf die Beschäftigungsentwicklung haben wird.

Abb. 38: Prognose Beschäftigungsentwicklung bis 2015



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Berücksichtigt man die Rahmenbedingungen, unter denen sich die Süßwarenindustrie in den letzten Jahren entwickelt hat, so wird deutlich, dass dieses Szenario insgesamt eher optimistisch ist und nur eintreten wird, wenn eine Reihe weiterer Voraussetzungen gegeben sind. Auf der Kostenseite wird die Entwicklung der Rohstoffkosten voraussichtlich einen stärkeren Einfluss auf die Preisgestaltung und Ertragslagen der Unternehmen haben als in der Vergangenheit. Alle Teilbranchen der Süßwarenindustrie kommen in die schwierige Position, einerseits steigende Rohstoffkosten weitergeben zu müssen, um die Ertragskraft zu sichern, andererseits jedoch der Verhandlungsmacht und dem Bestreben des Einzelhandels zu unterliegen, Preissteigerungen nicht zuzulassen. In Deutschland sind die Süßwaren im europäischen Vergleich am billigsten, Preiserhöhungen sind in diesem Bereich traditionell schwer durchzusetzen. Der LEH, aber auch die Produzenten mussten gerade im Bereich der rohstoffabhängigen Preisanhebungen bei den Molkereiprodukten die Erfahrung machen, wie preissensibel die Verbraucher reagieren. Auf Grund der gestiegenen Preise ging der Absatz von Molkereiprodukten in einzelnen Sparten um bis zu 40 Prozent zurück. Der LEH hat schon angekündigt, dass er Preissteigerungen nicht akzeptieren wird. Eine tendenziell ähnliche Erfahrung durch die Abwälzung signifikant gesteigener Rohstoffkosten auf den Süßwarenkonsumenten würde die Unternehmen zwangsläufig veranlassen, durch

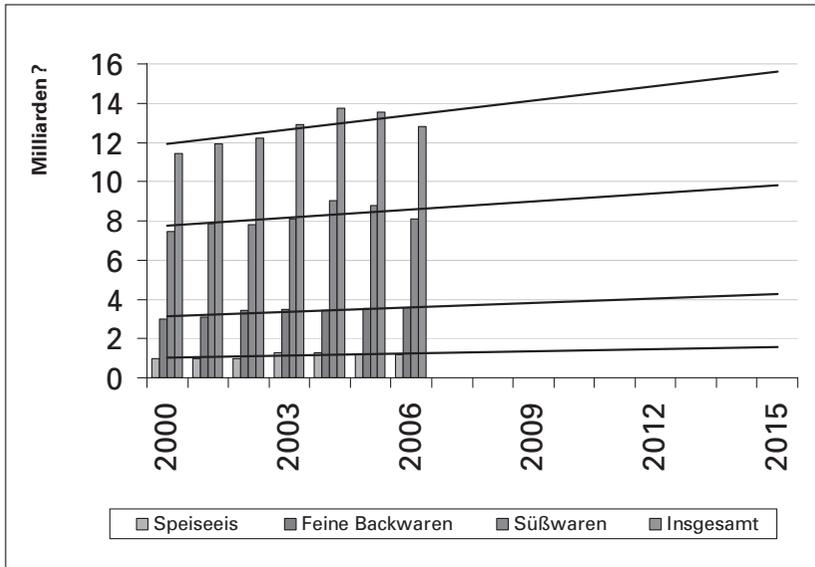
Kosteneinsparungen – voraussichtlich vorrangig im Personalbereich – die erforderlichen Preissteigerungen zu kompensieren. Die Folge wäre Personalabbau.

Eine weitere Prämisse für die Fortsetzung des Beschäftigungstrends ist neben der Inlandsnachfrage die Entwicklung des Außenhandels. Wie im Rahmen der Untersuchung bereits mehrfach angesprochen, generiert die Süßwarenindustrie Wachstum aus steigenden Exportmengen bzw. -umsätzen und konnte dadurch rückläufige Inlandsumsätze kompensieren bzw. sogar überkompensieren. Besonders hoch ist hierbei die Abhängigkeit der Teilbranche Süßwaren, deren Exportanteil inzwischen bei rd. 27 Prozent des Gesamtumsatzes liegt. Der Anteil ist seit dem Jahr 2000 um 10 Prozent gestiegen. Eine ähnliche Steigerungsrate verzeichnet die Teilbranche Speiseeis. Lediglich der Export von Feinen Backwaren entwickelt sich auf einem etwas niedrigeren Niveau (knapp 20 Prozent) und mit einer nur halb so hohen Steigerungsrate seit dem Jahr 2000. Vor dem Hintergrund der stark steigenden Exporte in die osteuropäischen EU-Staaten erscheint ein weiterer Anstieg der Exporte über das bisherige Niveau hinaus möglich. Allerdings wird es aufgrund der Rohstoffverteuerung entweder Preiserhöhungen zulasten der Exportmengen nach Osteuropa gehen (zu wenig Kaufkraft in Osteuropa) oder zulasten der Erträge, wenn das Preisniveau trotz gestiegener Rohstoffkosten nicht steigt.

5.2 Prognosen der Umsatzentwicklung

Basis für die vorstehende Beschäftigungsprognose ist eine Umsatzentwicklung auf dem Niveau der vergangenen Jahre – sowohl im Inland als auch im Export. Voraussetzung ist, dass der leichte Umsatzrückgang in den Jahren 2005 und 2006 sich nicht als Trend verfestigt. Die bisherigen Umsatzzahlen für das Jahr 2007 im Inland deuten an, dass der Umsatz mindestens auf dem Niveau des Vorjahres liegen wird⁹¹. Sofern der Export wie in den vergangenen Jahren (plus 43 Prozent seit 2000) wächst, würde sich der Trend der Jahre seit 2000 fortsetzen.

Abb. 39: Prognose Umsatzentwicklung bis 2015



Quelle: Statistisches Bundesamt, eigene Berechnungen

Der Umsatz der Süßwarenindustrie würde linear fortgeschrieben von 12,8 Milliarden Euro im Jahr 2006 um mehr als 20 Prozent auf über 15 Milliarden Euro im Jahr 2015 anwachsen (Vgl. Abb. 39). Die Fachbranchen Süßwaren und Feine Backwaren würden jeweils um ca. 19 Prozent zulegen, die Teilbranche Speiseeis sogar um mehr als 32 Prozent.

Diese Umsatzprognose setzt mit all den vorstehend beschriebenen Einschränkungen nicht nur voraus, dass sich der Export weiterhin ähnlich positiv wie in der Vergangenheit entwickelt, sondern auch, dass der Importanteil nicht signifikant weiter steigt, um mindestens das heutige Niveau des Inlandsabsatzes aus deutscher Produktion zu stabilisieren. Positiv könnten sich nach Meinung einiger befragter Unternehmen die neuen Trends im Bereich fettarmer und zuckerreduzierter Ernährung auswirken, da diese Produkte zum Teil neue Käuferschichten ansprechen und damit zusätzliche Umsätze im Inland und Ausland generieren. Andererseits sehen Experten der Branche jedoch auch Gefahren im Kontext von Gesundheitstrend und Health Claims Verordnung für die Umsatzentwicklung im Inland. Insgesamt wird der Inlandsmarkt eher wachstumsschwach bleiben, so dass letztlich die Ent-

wicklung des Außenhandels darüber entscheiden wird, ob die Beschäftigtenzahlen zumindest ähnlich stabil bleiben wie in der Vergangenheit.

5.3 Entwicklungsperspektiven im West-Ost-Vergleich

Die unterschiedliche Beschäftigungsentwicklung in den west- und ostdeutschen Bundesländern wird sich voraussichtlich fortsetzen, allerdings nicht linear und nicht über den gesamten Zeitraum bis 2015. Die inzwischen an vielen Standorten in Ostdeutschland höhere Produktivität durch technologischen Vorsprung wird abflachen, da sich die Förderkulisse verändert und damit die Investitionsentscheidungen zugunsten ostdeutscher Standorte zurück gehen werden. Darüber hinaus gibt es kaum noch Lohnkostenunterschiede in den Tarifgruppen⁹². Dennoch ist nicht auszuschließen, dass zumindest im verbleibenden Zeitraum dieses Jahrzehnts die Hauptlast des Personalabbaus weiterhin auf die westdeutschen Standorte der Süßwarenindustrie entfällt.

5.4 Herausforderungen infolge des demografischen Wandels

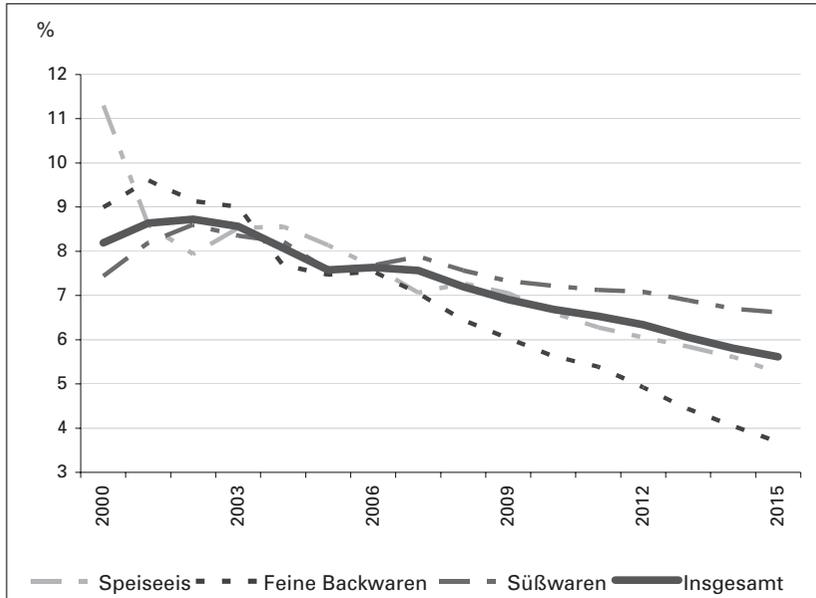
Wie in den vorangegangenen Abschnitten zur Veränderung der Altersstruktur der Beschäftigten auch im Vergleich zum Ernährungsgewerbe insgesamt und zur Gesamtheit der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Deutschland im Zeitraum 2000 bis 2006 deutlich wurde, ist die Süßwarenindustrie bereits heute geprägt durch eine deutlich ungünstigere Alterstruktur, d.h. einen geringeren Anteil jüngerer und einen überdurchschnittlich hohen Anteil älterer Arbeitnehmer als in anderen Branchen. Mit Anteilen jüngerer Arbeitnehmer unter 25 Jahren von derzeit unter 8 Prozent in allen drei Teilbranchen hebt sich die Süßwarenindustrie deutlich vom Durchschnitt der Gesamtheit der Beschäftigten in Deutschland mit rund 12 Prozent ab. Ebenso ist insbesondere im Bereich der Süßwarenherstellung der Anteil älterer Arbeitnehmer mit rund 26 Prozent bereits heute deutlich höher als im bundesdeutschen Gesamtdurchschnitt.

Würde die Entwicklung der letzten sechs Jahre fortgeschrieben, so wird der schon 2006 geringe Anteil der unter 25-Jährigen von 7,6 Prozent auf 5,6 Prozent

92 In einzelnen Tarifgruppen Ost liegen die Löhne sogar knapp über denen in einigen westlichen Tarifgebieten .

im Branchendurchschnitt der Süßwarenindustrie insgesamt absinken. Am stärksten betroffen wäre dabei die Teilbranche der Feinen Backwaren, bei denen der Anteil der Jüngeren auf unter 4 Prozent sinken würde (Vgl. Abb. 40).

Abb. 40: Prognose Anteil von unter 25-Jährigen in der Süßwarenindustrie⁹³

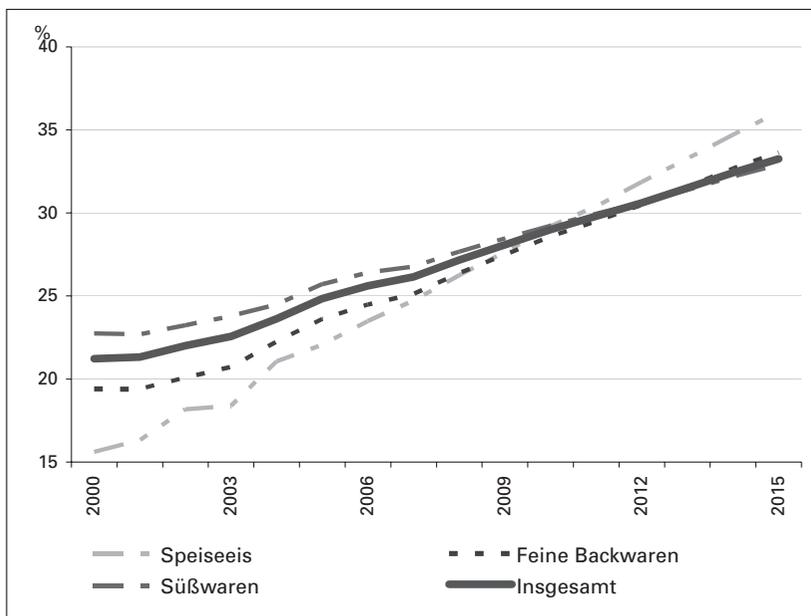


Quelle: Wilke, Maack und Partner, Prognose basierend auf Daten zu sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Bundesanstalt für Arbeit

Würde man die Entwicklung der Alterstrukturen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Zeitraum 2000 – 2006 für die kommenden Jahre fortschreiben, dann würde gleichzeitig in der gesamten Süßwarenindustrie der Anteil der über 50-Jährigen von derzeit rund 25 Prozent auf rund ein Drittel ansteigen. Dabei wäre vor allem die Teilbranche Speiseeisherstellung am stärksten beeinflusst: hier wären 2015 rund 36 Prozent aller Beschäftigten älter als 50 Jahre (Vgl. Abb. 41).

93 Weitere Abbildungen mit Prognosen zur Entwicklung der Alterstruktur der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Teilbranchen der Süßwarenindustrie finden sich auch im Anhangsteil.

Abb. 41: Prognose Anteil von über 50-jährigen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Süßwarenindustrie



Quelle: Wilke, Maack und Partner, Prognose basierend auf Daten zu sozialversicherungspflichtig Beschäftigten der Bundesanstalt für Arbeit

In diesem Kontext sollte darauf hingewiesen werden, dass diese Prognosen durchaus den derzeit gängigen Projektionen zum demografischen Wandel in der Arbeitswelt entsprechen: So gehen etwa Hochrechnungen des Statistischen Bundesamtes von einem Anteil der 50-64-jährigen an der Erwerbsbevölkerung von 32 Prozent im Jahre 2010 und 39 Prozent im Jahre 2020 aus.⁹⁴

Angesichts dieser Prognosen und auch im Lichte der neuen arbeitsmarkt- und rentenpolitischen Weichenstellungen in Deutschland (Abkehr von der Politik der Frühverrentung, Heraufsetzen des Renteneintrittsalters) und Europa (EU-Beschlüsse von Stockholm im Jahre 2002 über die Anhebung der Beschäftigungsquote der über 55-jährigen bis 2010 auf 50 Prozent – in Deutschland lag die Quote 2004 bei knapp über 41 Prozent) werden sich die Unternehmen der Süßwarenindustrie demnach auf insgesamt ältere Belegschaften einstellen müssen – schon

⁹⁴ Siehe Statistisches Bundesamt: Bevölkerung Deutschland bis 2050 – Ergebnisse der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Stand 2003

allein deshalb, weil aufgrund des demografischen Wandels der Zufluss jüngerer Arbeitnehmer weiter abnehmen wird.

Deshalb erscheint es wichtig, tragfähige Konzepte auf der betriebs- und branchenpolitischen Ebene zu entwickeln, die auf zwar alternden, aber dennoch innovativen und wettbewerbsfähigen Beschäftigungs- und Qualifikationsmerkmalen basieren. Dass dies möglich ist, zeigen Erfahrungen aus vielen anderen vergleichbaren Ländern innerhalb wie außerhalb der EU.⁹⁵

Vor dem Hintergrund der mittelständisch und eigentümergeführten Struktur großer Teile der Süßwarenindustrie verfügt die Branche unserer Meinung nach über gute Voraussetzungen, alternde Belegschaften als Chance und Faktor für Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit zu betrachten und entsprechende Konzepte der berufsbegleitenden Qualifikation, Gesundheitsprävention oder Arbeitsgestaltung zu entwickeln.

In diesem Zusammenhang ist auch festzustellen, dass es einige Berührungspunkte zwischen den mittelfristigen Trends des demografischen Wandels der Belegschaften und den zukünftigen Anforderungen an die Qualifikationsniveaus gibt, auf die hier abschließend eingegangen werden soll.

5.5 Anforderungen und Perspektiven der Qualifikationsentwicklung

In den vorangegangenen Berichtsteilen wurde deutlich, dass die Süßwarenindustrie insgesamt und in besonders ausgeprägter Form die Herstellung Feiner Backwaren durch einen großen Anteil von ungelernten Beschäftigten geprägt ist, der zwar klar rückläufig ist, aber gleichzeitig mit rund einem Drittel und sogar über 40 Prozent im Fall der Feinen Backwaren nach wie vor deutlich über dem Branchendurchschnitt der Ernährungsindustrie liegt. Wie in den im Rahmen dieser Studie durchgeführten Expertengesprächen deutlich wurde, handelt es sich in vielen industriellen Tätigkeitsfeldern der Branche um klassische Anlernertätigkeiten. Gleichzeitig besteht die Notwendigkeit, dass die benötigten Fachkräfte in teilweise sehr spezielle Bereiche eingearbeitet werden müssen: die Relevanz klassischer Berufsbilder in der Branche nimmt insgesamt eher ab. Dies wird auch daran deutlich,

95 Vgl. etwa: Bosch, G./Schieff, S. (2005): Politik für ältere Beschäftigte oder Politik für alle? Zur Teilnahme älterer Personen am Erwerbsleben in Europa. Institut für Arbeit und Qualifikation (IAQ), Duisburg, Report 2005

dass der Anteil von Beschäftigten, die über fachfremde Qualifikationen verfügen, in den letzten Jahren am stärksten zugenommen hat (mit der Ausnahme der Feinen Backwaren, hier sind es die Facharbeiter deren Anzahl am stärksten zugenommen hat). Dieser Trend wird sich auch in Zukunft weiter fortsetzen.

Vor dem Hintergrund der zuvor beschriebenen demografischen Trends und der in Zukunft immer schwieriger werdenden Rekrutierung jüngerer Arbeitnehmer (insbesondere auch in Ostdeutschland – hier sind die demografischen Trends bedingt durch die anhaltenden Abwanderungsbewegungen bekanntlich noch deutlich dramatischer ausgeprägt als im Westen) werden sich die Unternehmen folglich in Zukunft deutlich stärker als bislang auf die vorhandenen Stammebelegschaften verlassen müssen, wenn es um die Bewältigung von Strukturwandelprozessen und notwendigen Anpassungsmaßnahmen bei den Qualifikationen der Mitarbeiter an Automatisierungsprozesse, neue Arbeitsabläufe, Produktentwicklungen etc. geht. Die Anpassungsfähigkeit der Beschäftigten und deren kontinuierliche Qualifizierung und Weiterentwicklung wird somit eine wesentliche Aufgabe sein, um Wettbewerbsfähigkeit zu stabilisieren und weiter auszubauen. Hier sind alle betrieblichen wie überbetrieblichen Akteure von den Personalabteilungen und Arbeitgeberorganisationen bis hin zu den Betriebsräten und den Gewerkschaftsorganisationen gefordert. Denn nicht zuletzt wird es in Zukunft stärker als bislang auch auf die Attraktivität von Arbeitsplätzen und die persönlichen Entwicklungsperspektiven der Beschäftigten ankommen, um wettbewerbsfähige und qualifizierte Belegschaften zu halten.

Auch hier verfügt die Branche über gute Voraussetzungen, diese Herausforderungen zu bewältigen: Die Beschäftigung ist gekennzeichnet durch eine große Stabilität und geringe Fluktuation, welche wiederum auf vergleichsweise attraktive Rahmenbedingungen der Arbeit und Beschäftigung schließen lässt. Dazu beigetragen hat ohne Frage auch der positive und konstruktive Umgang der Sozialpartner miteinander und die hohe tarifliche und organisationspolitische Deckungsrate der Süßwarenbranche insgesamt. An diesen eindeutigen Stärken sollte angeknüpft werden, wenn es darum geht, die Herausforderungen der Zukunft erfolgreich zu bewältigen.

6 Quellenverzeichnis

- Bosch, G./Schief, S. (2005): Politik für ältere Beschäftigte oder Politik für alle? Zur Teilnahme älterer Personen am Erwerbsleben in Europa. Institut für Arbeit und Qualifikation (IAQ), Duisburg, Report 2005.
- Bundesanstalt für Arbeit (2007): Sonderauswertung zu verschiedenen Strukturmerkmalen der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Wirtschaftsklassen WZ15 (Ernährungswirtschaft), WZ1582 (Speiseeisherstellung), WZ1584 (Feine Backwaren) und WZ1582 (Süßwarenherstellung) für die Jahre 2000 bis 2006, Bonn.
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz: Nährwertinformationen sollen klarer werden, Eckpunkte für einen Leitfaden für erweiterte Nährwertinformationen auf Lebensmittelverpackungen bzw. -etiketten, 16.10.2007, bmelv.de
- Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und Bundesministerium für Gesundheit: Eckpunkte des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und des Bundesministeriums für Gesundheit zur Prävention von Fehlernährung, Bewegungsmangel, Übergewicht und damit zusammenhängenden Krankheiten, 09.05.2007, www.bmelv.de
- Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (2006): Süßwarentaschenbuch 2005/06, Struktur und Entwicklungstendenzen der Süßwarenindustrie in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn.
- Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (2007): Jahresbericht 2006/07. Die deutsche Süßwarenindustrie, Bonn.
- Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (2007): Süßwarentaschenbuch 2006/07, Struktur und Entwicklungstendenzen der Süßwarenindustrie in der Bundesrepublik Deutschland, Bonn.
- Datamonitor (2005): Ice Cream in Germany, Industry Profile.
- EU-Kommission (2006): Die Europäische Zuckerwirtschaft Eine wettbewerbsfähige Zukunftsperspektive, Brüssel, Belgien.
- Gewerkschaft NGG (2006): Branchenbericht Süßwarenindustrie 2004/2005, Hamburg.
- Lebensmittel Zeitung (LZ), div. Ausgaben (vgl. Fußnoten).
- Statistisches Bundesamt: Fachserie 4, Reihe 4.3 Kostenstruktur der Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes.
- Statistisches Bundesamt: Monatsbericht der Betriebe im Verarbeitenden Gewerbe, Jahreswerte 2000 – 2006.
- Statistisches Bundesamt: Bevölkerung Deutschland bis 2050 – Ergebnisse der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Stand 2003.

7 Anhang

7.1 Gesundheitspolitik

7.1.1 EU-Ebene: Health-Claims-Verordnung

Auch die Politik hat auf den Gesundheitstrend und die Gesundheitsgefahren reagiert. Auf europäischer Ebene wurde eine Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben auf Lebensmitteln, die so genannte Health-Claims-Verordnung, verabschiedet, die weitreichende Auswirkungen auf die Süßwarenindustrie im Hinblick auf die Kennzeichnung der Produkte und die Werbung haben wird (vgl. Kasten Health-Claims-Verordnung).

Health-Claims-Verordnung

Seit dem 1. Juli 2007 gilt die EU-Verordnung über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben auf Lebensmitteln (Health-Claims-Verordnung, HCV)⁹⁶. Damit ist die Kennzeichnung von Lebensmitteln mit nährwert- und gesundheitsbezogenen Aussagen erstmals in der Europäischen Gemeinschaft einheitlich geregelt (Vgl. Tab. 9).⁹⁷

Künftig wird verboten sein, was nicht ausdrücklich erlaubt ist (Verbotsprinzip). Dies findet vor allem darin Ausdruck, dass in Zukunft nur noch solche nährwert- und gesundheitsbezogenen Angaben verwendet werden dürfen, die in einer Gemeinschaftsliste enthalten oder gesondert zugelassen worden sind. Eine nährwertbezogene Angabe deklariert, dass ein Lebensmittel besondere positive Nährwerteigenschaften besitzt, z. B. aufgrund der Höhe des Energiegehaltes und/oder der enthaltenen oder nicht enthaltenen Menge an Nährstoffen oder anderen Substanzen. Eine gesundheitsbezogene Angabe im Sinne der Verordnung weist auf einen bestehenden Zusammenhang zwischen der Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder seinen Bestandteilen und der Gesundheit hin. Für nährwertbezogene Angaben gibt es die Gemeinschaftsliste schon, für gesundheitsbezogene Angaben muss sie in den nächsten drei Jahren erarbeitet werden. Zuständig dafür

96 Position zur Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel (Claims-Verordnung)

97 Zum folgenden vgl. Bunde für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde, Fragen und Antworten zur EU-Claims-Verordnung, blf.de und Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V., 02.07.2007, Health Claims, dge.de

ist die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA). Unter »Angaben« fallen nicht nur Werbeaussagen, sondern auch Markennamen, Produktbezeichnungen, Bilder und grafische Darstellungen.

Produkte mit dem Hinweis »energiereduziert« müssen mindestens 30 Prozent weniger Energie enthalten als vergleichbare Lebensmittel. Angaben wie »x Prozent fettfrei« sind ausdrücklich verboten. Der Angabe »leicht« kommt dieselbe Bedeutung zu wie »reduziert«, d. h. die Produkte müssen mindestens 30 Prozent weniger Energie- oder Nährstoffgehalt aufweisen. Nährwertbezogene Angaben sind nur dann zulässig, wenn sie im Anhang der Verordnung aufgeführt sind und den dort genannten Bedingungen für ihre Verwendung entsprechen.

Bis 2009 haben die Hersteller Zeit, die Werbung und die Verkaufsverpackungen an die neue Gesetzgebung anzupassen.

Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben dürfen grundsätzlich nicht falsch, mehrdeutig oder irreführend sein. Dies bedeutet im einzelnen, sie dürfen nicht

- an der Sicherheit und/oder ernährungsphysiologischen Eignung anderer Lebensmittel zweifeln lassen⁹⁸
- zum übermäßigen Verzehr eines Lebensmittels animieren
- erklären, suggerieren oder auch nur mittelbar zum Ausdruck bringen, dass eine ausgewogene abwechslungsreiche Ernährung generell nicht den Nährstoffbedarf decken kann⁹⁹
- auf Modifikationen bei Körperfunktionen Bezug nehmen, die beim Verbraucher Ängste auslösen oder aus den Ängsten Nutzen ziehen könnten¹⁰⁰

Die Zulässigkeit von gesundheitsbezogenen Werbeaussagen wird künftig davon abhängen, welches Nährwertprofil die Lebensmittel haben, d. h. von ihrem Gehalt an Fett, Zucker und Salz und anderen Nährstoffen. Diese so genannten Nährwertprofile müssen erst noch erarbeitet werden. Sobald es sie gibt und ein Lebensmittel den Vorgaben etwa hinsichtlich Zucker-, Fett- oder Salzgehalt nicht entspricht, ist nährwert- und gesundheitsbezogene Werbung ohne Rücksicht auf ihren Wahrheitsgehalt verboten. Eine Ausnahme für nährwertbezogene Angaben ist dann möglich, wenn nur eine Nährwertprofilvorgabe nicht erfüllt ist und auf den hohen Zucker-, Salz- oder Fettgehalt prominent hingewiesen wird.

98 unlautere vergleichende Werbung im Sinne des Artikels 6 Abs. 2 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

99 Vgl. § 4 Abs. 4 der Verordnung über Nahrungsergänzungsmittel (Nahrungsergänzungsmittelverordnung – NemV) vom 24.05.2004

100 Vgl. § 12 Abs. 1 Nr. 6 Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) vom 01.09.2005

Mit der Verordnung ist künftig für die Verwendung nährwert- und gesundheitsbezogener Angaben prinzipiell eine gesetzliche bzw. Einzelzulassung notwendig. Grundsätzlich zulässige nährwertbezogene Angaben sind bereits im Anhang der Verordnung aufgeführt. Eine allgemein gültige Positivliste mit zulässigen gesundheitsbezogenen Angaben wird durch die Europäische Kommission erarbeitet, kritische Aussagen bedürfen einer Einzelzulassung. Neu ist auch, dass Aussagen zur Reduktion, Verminderung oder Vorbeugung eines Krankheitsrisikos nicht mehr zur krankheitsbezogenen Werbung zählen, die nach wie vor verboten ist. Vielmehr fallen sie jetzt in den Rahmen gesundheitsbezogener Angaben, die erlaubt sind.

Es gelten vielfältige Übergangsregelungen für «Altprodukte», die es Herstellern und Händlern erleichtern sollen, sich auf diese Verordnung einzustellen. Für Hersteller von Functional Food ist die Verordnung eine besondere Herausforderung.

Tab. 9: Zeitplan zur Verordnung (EG) Nr. 1924/2006¹⁰¹

Termin	Schritt
30. Dezember 2006	Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Aussagen über Lebensmittel wird im Amtsblatt der Europäischen Union veröffentlicht
19. Januar 2007	Verordnung tritt in Kraft
1. Juli 2007	Verordnung findet Anwendung, Anträge zur Zulassung von bestimmten gesundheitsbezogenen Angaben können beim Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit gestellt werden
31. Januar 2008	Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission Listen («einzelstaatliche Listen») von gesundheitsbezogenen Angaben zusammen mit den für sie geltenden Bedingungen und mit Hinweisen auf die entsprechende wissenschaftliche Absicherung
19. Januar 2009	Kommission legt spätestens bis dahin spezifische Nährwertprofile fest, einschließlich der Ausnahmen und Bedingungen. Die wissenschaftlichen Grundlagen werden vorher durch die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) erarbeitet.
31. Juli 2009	Generelle Übergangsfrist für Lebensmittel , die vor dem 1. Juli 2007 in Verkehr gebracht oder gekennzeichnet wurden und nicht der Verordnung entsprechen, läuft ab.

¹⁰¹ entnommen aus den Internetseiten des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, bmelv.de

19. Januar 2010	Übergangsfrist für die Verwendung von nährwert-bezogenen Angaben , die vor dem 1. Januar 2006 in den Mitgliedstaaten rechtmäßig verwendet wurden und nicht im Anhang der Verordnung aufgeführt sind, läuft ab.
31. Januar 2010	Kommission legt spätestens bis dahin die Gemeinschaftsliste zulässiger gesundheitsbezogener Angaben vor, die sie auf der Grundlage der «einzelstaatlichen Listen» (s. o.) und nach Anhörung der EFSA erstellt
circa Januar 2011 (24 Monate nach der Annahme der Nährwertprofile und der Bedingungen für ihre Verwendung)	Übergangsfrist in Bezug auf Nährwertprofile (unter Berücksichtigung der Regelungen in Artikel 4 Abs. 1) endet.
19. Januar 2022	Übergangsfrist für Produkte mit bereits vor dem 1. Januar 2005 bestehenden Handelsmarken oder Markennamen , die Verordnung nicht entsprechen, läuft ab.

7.1.2 Nationale Ebene

Auf nationaler Ebene gibt es ebenfalls Gesetze und Initiativen im Bereich Gesundheit, die Auswirkungen auf die Süßwarenindustrie haben. Die Bestimmungen zu Nährwertinformationen über Lebensmittel betreffen die Süßwarenindustrie wie die gesamte Ernährungsbranche, ebenso das Verbraucherinformationsgesetz.

Hintergrund für die aktuelle Gesundheitspolitik ist die alarmierende Entwicklung hinsichtlich Übergewicht und gesundheitlicher Beeinträchtigung im Zusammenhang mit Ernährungs- und Bewegungsverhalten, die international Aktionen und Initiativen ausgelöst hat. In Deutschland sind ca. 37 Millionen Erwachsene und rund 2 Millionen Kinder und Jugendliche übergewichtig oder adipös. Ein Viertel der Erwachsenen leidet an Herz-Kreislauf-Erkrankungen einschließlich Bluthochdruck. Es gibt rund 4 Millionen Diabetikerinnen und Diabetiker. Jede fünfte Frau und jeder siebte Mann hat chronische Rückenschmerzen. Hinzu kommt, dass mehr als jedes fünfte Kind bzw. jeder fünfte Jugendliche Symptome

einer Essstörung aufweist. Ältere und hochbetagte Menschen wiederum sind eine besondere Risikogruppe für Mangel- und Unterernährung.¹⁰²

Vor dem Hintergrund des weltweit zunehmenden Übergewichts und der damit einhergehenden Zivilisationskrankheiten hat die WHO 2004 eine Global Strategy on Diet, Physical Activity and Health verabschiedet und ihre Mitgliedstaaten aufgefordert, nationale Strategien zur Prävention von durch den Lebensstil mitverursachten, nichtübertragbaren Krankheiten durch gesundheitsfördernde Ernährung und mehr Bewegung zu entwickeln. Im November 2006 hat die WHO-Ministerkonferenz in Istanbul eine Charta zur Bekämpfung der Adipositas für die europäische WHO-Region beschlossen. Die EU-Kommission hat 2005 mit ihrem Grünbuch «Förderung gesunder Ernährung und körperlicher Bewegung: eine europäische Dimension zur Verhinderung von Übergewicht, Adipositas und chronischen Krankheiten» einen Konsultationsprozess begonnen. Außerdem hat sie im Jahr 2005 die Europäische Plattform für Ernährung, Bewegung und Gesundheit¹⁰³ ins Leben gerufen, in der sich Wirtschaft, Gewerkschaften, Verbände und Organisationen zu überprüfbareren Schritten zur Prävention von Übergewicht verpflichtet haben.

Nährwertinformationen über Lebensmittel

Die deutsche Regierung hat im Mai 2007 Eckpunkte für einen Nationalen Aktionsplan vorgelegt, mit dessen Hilfe bis zum Jahr 2020 das Ernährungs- und Bewegungsverhalten nachhaltig verbessert, die Zunahme von Übergewicht bei Kindern gestoppt und die Verbreitung von Übergewicht verringert werden soll.¹⁰⁴ Den Eckpunkten soll ein Aktionsplan folgen.

Ein Schwerpunkt der Eckpunkte sind erweiterte Nährwertinformationen über Lebensmittel. Hierzu hat das Ministerium Eckpunkte für einen Leitfaden für erweiterte Nährwertinformationen auf Lebensmittelverpackungen bzw. –etiketten¹⁰⁵ entwickelt, der die Verbraucherinformation und die Wahlfreiheit der Verbrauche-

102 Vgl. Eckpunkte des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz und des Bundesministeriums für Gesundheit zur Prävention von Fehlernährung, Bewegungsmangel, Übergewicht und damit zusammenhängenden Krankheiten, bmelv.de

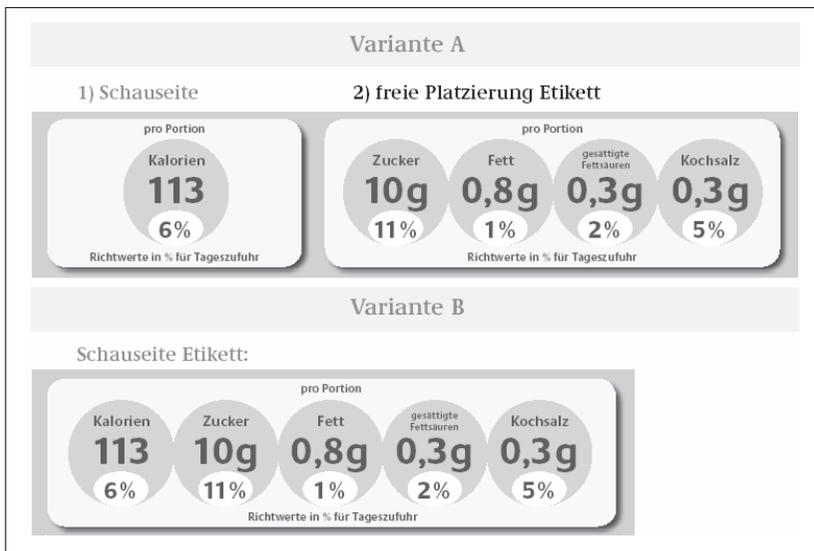
103 ernaehrung-und-bewegung.de, die Gewerkschaft NGG ist Gründungsmitglied der deutschen Plattform.

104 Vgl. Fußnote 103.

105 Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz: Nährwertinformationen sollen klarer werden, Eckpunkte für einen Leitfaden für erweiterte Nährwertinformationen auf Lebensmittelverpackungen bzw. –etiketten, Oktober 2007, bmelv.de

rinnen und Verbraucher in Deutschland verbessern soll. Die Informationen sollen wahr, leicht verständlich und miteinander vergleichbar sein. Bundesverbraucherminister Seehofer hat sein Konzept im Oktober vorgestellt. Es sieht vor, die zentralen Elemente «1 plus 4» (Brennwert plus Gehalte an Fett, Zucker, gesättigte Fettsäuren und Salz) bezogen auf die Portion in einheitlichen und wiedererkennbaren Symbolen auf Lebensmittelverpackungen bzw. -etiketten anzugeben. Dabei soll auf die Richtwerte für die empfohlene Tageszufuhr der genannten Nährstoffe Bezug genommen werden. Die Gehalte und Prozentangaben können statt auf eine Portionsmenge auf 100 g (100 ml) bezogen werden, wenn eine Portionsgröße nicht sinnvoll angegeben werden kann (z.B. bei Produkten, die als Zutat in unterschiedlichen Mengen zur Zubereitung von Mahlzeiten verwendet werden können). Mindestens die Brennwertangaben müssen an prominenter Stelle in der Regel auf der Schauseite des Etiketts, angegeben werden. Das Ministerium schlägt zwei Darstellungsvarianten vor (vgl. Abb. 42).

Abb. 42: Zielmodell »1 plus 4« des BMELV zur erweiterten Nährwertinformation¹⁰⁶



106 Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz: Eckpunkte für einen Leitfaden für erweiterte Nährwertinformationen auf Lebensmittelverpackungen bzw. -etiketten; Darstellungsvorschläge, bmelv.de

Für die Unternehmen, für die diese Vorschläge derzeit eine große Hürde darstellen, soll zunächst die Angabe der Kalorien pro Portion in Prozent der Tageszufuhr genügen.

Der Vorschlag des Bundesverbraucherministeriums wird von der Gewerkschaft NGG als wichtige Orientierungshilfe für die Verbraucherinnen und Verbraucher begrüßt.¹⁰⁷

Ein Ampelsystem mit roten, gelben oder grünen Punkten auf Lebensmitteln wird von der Bundesregierung sowie vom BDSI, der NGG und dem Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) abgelehnt.¹⁰⁸ Die Begründung: Eine Ampelkennzeichnung sei eine irreführende Verkürzung, teile Lebensmittel zu Unrecht in gute und schlechte Lebensmittel ein und sei für den Verbraucher keine Hilfe, sondern eher irreführend. Eine Ampelkennzeichnung suggeriere dem Verbraucher zu Unrecht, sich beim Verzehr von Produkten mit grünen Punkten gesund zu ernähren. Es gebe aber keine guten oder schlechten Lebensmittel, sondern nur ein ausgewogenes oder unausgewogenes Ernährungsverhalten.

Verbraucherinformationsgesetz

In dem Kontext von Gesundheit und Transparenz für die Verbraucher ist auch das Gesetz zur Verbesserung der gesundheitsbezogenen Verbraucherinformation, kurz Verbraucherinformationsgesetz, zu nennen. Es wurde am 5. Juli 2007 durch den Bundestag verabschiedet, am 21. September 2007 vom Bundesrat gebilligt und am 9. November 2007 im Bundesgesetzblatt verkündet. Am 1. Mai 2008 tritt es in Kraft. Der Bundestag hatte bereits 2006 ein Verbraucherinformationsgesetz verabschiedet. Dieses hatte der Bundespräsident jedoch zurückgewiesen. Aus Sicht des Staatsoberhauptes war das Gesetz nicht verfassungskonform, weil es den Gemeinden Aufgaben übertrug. Dies darf der Bund nach der Föderalismusreform 2006 nicht mehr tun. Der überarbeitete Gesetzentwurf sorgt in diesem Punkt für Rechtsklarheit. Das Gesetz sieht vor, dass die Verbraucher ein Auskunftsrecht auf die Informationen erhalten, die den Behörden vorliegen. Die Behörden erhalten eine tragfähige rechtliche Grundlage zur vorsorglichen Information der Öffentlichkeit über Missstände bei Lebensmitteln und Bedarfsgegenständen. Das Gesetz erweitert das bestehende Recht, Informationen über Lebens- und Futtermittel zu erhalten. Bisher bildete das Informationsfreiheitsgesetz die rechtliche Grundlage

107 Pressemitteilung der Gewerkschaft NGG vom 16. Oktober 2007.

108 Position des BDSI zur Nährwertkennzeichnung bei Lebensmitteln mittels Ampelkennzeichnung, August 2007, bdsi.de, vgl. auch Handelsblatt 17.10.2007, S. 19.

für Auskünfte. Das Informationsrecht erstreckt sich nun auch auf Wein und Bedarfsgegenstände wie Geschirr, Kosmetika, Textilien und Kinderspielzeug. Künftig können die BürgerInnen bei Bundesbehörden oder bei den nach Landesrecht zuständigen Behörden nachfragen, ob Daten zu bestimmten Lebensmitteln oder Bedarfsgegenständen vorliegen. Das Auskunftsrecht erstreckt sich auf sämtliche Informationen, die bei den Behörden bereits vorliegen. Private Belange Dritter, insbesondere Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse, sind verfassungsrechtlich geschützt. Sie müssen besonders berücksichtigt werden. Allerdings wird die Abwägung der Behörden zwischen öffentlichen und privaten Belangen durch das Gesetz zu Gunsten der öffentlichen Interessen erheblich erleichtert. So soll verhindert werden, dass Betriebsgeheimnisse dazu führen, Rechtsverstöße zu decken. Das neue Verbraucherinformationsgesetz verpflichtet die Ämter, bei wichtigen Fällen von sich aus an die Öffentlichkeit zu gehen. Dazu gehören Gesundheitsgefahren, Verstöße gegen das Lebensmittelrecht und erhebliche Täuschungen der VerbraucherInnen. Hierüber sollen die Behörden künftig aufklären, selbst wenn das Erzeugnis nicht mehr auf dem Markt ist. Bisher dürfen solche Informationen nur dann veröffentlicht werden, wenn ein Risiko für die Gesundheit oder ein besonderes Interesse der Öffentlichkeit besteht. Außerdem darf die betroffene Ware noch nicht verbraucht sein. Darüber hinaus wird der Informationsaustausch zwischen den Behörden verbessert. Die Staatsanwaltschaft ist künftig verpflichtet, die Überwachungsbehörden zu unterrichten, wenn bei Verstößen gegen das Lebensmittel- und Futtermittelrecht ermittelt wird.

8 Anlage: Übersicht der durchgeführten Expertengespräche

Unternehmen der Süßwarenindustrie (Geschäftsleitungen/Betriebsräte)

- Bahlsen
- Barry Callebaut
 - Ferrero
 - Griesson – De Beukelaer
 - Hachez
- Haribo
- Lorenz Snack-World
- Storck
- Viba Sweets
- Verbände und Institutionen
- Bundesverband der deutschen Süßwarenindustrie (BDSI)
- Gewerkschaft NGG (Hauptverwaltung und Regionen)
- Wirtschaftliche Vereinigung Zucker/Verein der Zuckerindustrie

edition der Hans-Böckler-Stiftung
Bisher erschienene Reihentitel ab Band 150

	Bestellnr.	ISBN	Preis / €
Marcus Kahmann Mit vereinten Kräften. Ursachen, Verlauf und Konsequenzen der Gewerkschaftszusammenschlüsse von IG BCE und ver.di	13150	3-86593-027-1	10,00
Sibel Vurgun (Hrsg.) Gender und Raum	13152	3-86593-029-8	28,00
Achim Sollanek Bankbilanzen nach deutschem Handelsrecht. Betriebswirtschaftliche Handlungshilfen	13153	3-86593-030-1	12,00
Siegfried Leittretter (Hrsg.) Energieeffizientes Krankenhaus – für Klimaschutz und Kostensenkung	13154	3-86593-031-X	18,00
Klaus Maack • Jesco Kreft • Eckhard Voss Zukunft der Milchwirtschaft	13155	3-86593-032-8	18,00
Susanne König • Mette Rehling Mitarbeitergespräche	13156	3-86593-033-6	12,00
Herbert Klemisch • Philip Potter (Hrsg.) Instrumente nachhaltigen Wirtschaftens in der Unternehmenspraxis	13157	3-86593-034-4	19,00
Peter Martin Mobile Büroarbeit	13158	3-86593-035-2	12,00
Björn Rohde-Liebenau Whistleblowing	13159	3-86593-036-0	10,00
Jürgen Enders Promovieren als Prozess – Die Förderung von Promovierenden durch die Hans-Böckler-Stiftung	13160	3-86593-037-9	12,00
Thomas Blanke Vorrats-SE ohne Arbeitnehmerbeteiligung	13161	3-86593-038-7	12,00
Oliver Schöller Mobilität im Wettbewerb	13162	3-86593-039-5	12,00
Gertrud Hovestadt • Nicole Keßler • Otto Pompe Peter Stegelmann Internationale Bildungsanbieter auf dem deutschen Markt	13163	3-86593-040-9	12,00
Marita Körner Flexicurity in atypischen Arbeitsverhältnissen	13164	3-86593-041-7	10,00
Birgit Soete Biotechnologie in Vergleich – Wo steht Deutschland?	13165	3-86593-044-1	19,00

	Bestellnr.	ISBN	Preis / €
Heinz Putzhammer (Hrsg.) Wege zu nachhaltigem Wachstum, Beschäftigung und Stabilität	13166	3-86593-045-X	10,00
Frank Havighorst Personalkennzahlen	13167	3-86593-046-8	10,00
Thomas Fritz • Kai Mosebach • Werner Raza Christoph Scherrer GATS-Dienstleistungsliberalisierung	13168	3-86593-047-6	15,00
Wolfgang Irrek • Stefan Thomas Der EnergieSparFonds für Deutschland	13169	3-86593-048-4	16,00
Thomas Blanke Erweiterung der Beteiligungsrechte SE-Betriebsrats durch Vereinbarung	13170	3-86593-049-2	10,00
Reiner Tramp Der Jahresabschluss der Holding. Betriebswirtschaftliche Handlungshilfen	13171	3-86593-050-6	12,00
Wolfram Bremeier • Hans Brinckmann • Werner Killian Public Governance kommunaler Unternehmen	13173	978-3-86593-052-1	24,00
Ingo Kübler Stabsmitarbeiter und Referenten betrieblicher Interessenvertretungen	13174	3-86593-053-0	10,00
Gertrud Kühnlein Einstiegsqualifizierung für Jugendliche (EQJ)	13175	3-86593-054-9	10,00
Peter Liepmann • Oliver Bonkamp • Britta Martina Gohs Kooperation und Netzwerke in ausgewählten Branchen der Region Ostwestfalen-Lippe	13176	978-3-86593-055-2	29,00
Henry Schäfer • Oliver Kuhnle Die bilanzielle Behandlung von Zweckgesellschaften u. ihre Bedeutung im Rahmen der Corporate Governance	13177	978-3-86593-056-9	15,00
Daniel Tech Flexicurity und beschäftigtenorientierte Unternehmensstrategien im Betrieb	13178	978-3-86593-057-6	15,00
Juri Hälker • Claudius Vellay (Hg.) Union Renewal – Gewerkschaften in Veränderung 2. erweiterte Auflage	13179	978-3-86593-058-3	19,00
Michael Guth • Susanne Jakobs • Petra Kodré • Claudia Mühlenfeld • Roman Noetzeel Erfolgsdeterminanten für eine sozialintegrative regionale Innovationspolitik	13180	978-3-86593-059-0	15,00
Jürgen Kühling Gewerkschaftsvertreter im Aufsichtsrat	13181	978-3-86593-060-6	10,00

	Bestellnr.	ISBN	Preis / €
Denkfabrik Frankfurt a.M. in Zusammenarbeit mit EWR Consulting Früherkennung und struktureller Wandel	13182	978-3-86593-061-3	25,00
Ronald Schettkat Lohnspreizung:Mythen und Fakten	13183	978-3-86593-062-0	10,00
Judith Beile • Max Klein • Klaus Maack Zukunft der Fleischwirtschaft	13186	978-3-86593-066-8	15,00
Jochen Diekmann • Uwe Leprich • Hans-Joachim Ziesing Regulierung der Stromnetze in Deutschland	13187	978-3-86593-067-5	18,00
Andreas Ebert • Ernst Kistler • Falko Trischler Ausrangiert - Arbeitsmarktprobleme Älterer in den Regionen	13189	978-3-86593-069-9	25,00
Lionel Fulton (Hg.) The forgotten Resource: Corporate Governance an Employee Board-Level Representation. The Situation in France, the Netherlands, Sweden and the UK.	13190	978-3-86593-070-5	18,00
Klaus Löbbecke Bauzulieferindustrien in Deutschland – Struktur, Standortbedingungen und Entwicklungsperspektiven bis 2020	13191	978-3-86593-071-2	20,00
Christine Leisten Das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz – Leitfaden für Betriebsräte	13192	978-3-86593-072-9	15,00
Elisabeth Botsch • Christiane Lindecke • Alexandra Wagner Familienfreundlicher Betrieb	13193	978-3-86593-073-6	15,00
Elke Ahlers • Fikret Öz • Astrid Ziegler Standortverlagerungen in Deutschland – einige empirische und politische Befunde	13194	978-3-86593-074-3	12,00
Otto Jacobi • Maria Jepsen • Berndt Keller Manfred Weiss (Hg.) Social Embedding and the Integration of Markets. An Opportunity for Transnational Trade Union Action or an Impossible Task?	13195	978-3-86593-075-0	20,00
Michael Nusser • Birgit Soete • Sven Wydra (Hg.) Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigungspotenziale der Biotechnologie in Deutschland	13197	978-3-86593-077-4	30,00
Thorsten Sellhorn Pensionsverpflichtungen in der Rechnungslegung Betriebswirtschaftliche Handlungshilfen	13198	978-3-86593-078-1	15,00

	Bestellnr.	ISBN	Preis / €
Henry Schäfer • Oliver Kuhnle Die Bilanzierung originärer Finanzinstrumente im Jahresabschluss nach HGB und IFRS	13199	978-3-86593-079-8	15,00
Hartmut Kühle Die deutsche Heeresindustrie in Europa	13200	978-3-86593-080-4	18,00
Karin Schulze Buschoff unter Mitarbeit von Claudia Schmidt Neue Selbstständige im europäischen Vergleich	13201	978-3-86593-081-1	20,00
Lorenz Jarass • Gustav M. Obermair Steuerliche Aspekte von Private-Equity- und Hedge-Fonds unter Berücksichtigung der Unternehmenssteuerreform 2008	13202	978-3-86593-082-8	15,00
Hans-Joachim Voth Transparenz und Fairness auf einem einheitlichen europäischen Kapitalmarkt	13203	978-3-86593-083-5	12,00
Stefan Stracke • Erko Martins • Birgit K. Peters Friedemann W. Nerdinger Mitarbeiterbeteiligung und Investivlohn	13205	978-3-86593-085-9	18,00
Bettina Graue Aufgaben, Grenzen und Perspektiven des Gender- Gedankens im Betriebsverfassungsgesetz	13207	978-3-86593-087-3	12,00
Herbert Bassarak Aufgaben und Konzepte der Schulsozialarbeit/Jugend- sozialarbeit an Schulen im neuen sozial- und bildungspolitischen Rahmen	13208	978-3-86593-089-7	29,00
Hermann Groß Betriebs- und Arbeitszeitmanagement in tarif- gebundenen und nicht tarifgebundenen Betrieben	13210	978-3-86593-091-0	10,00
Thorsten Ludwig • Jochen Tholen Schiffbau in Europa	13211	978-3-86593-092-1	30,00
Stephan Ricken Verbriefung von Krediten und Forderungen in Deutschland	13213	978-3-86593-094-1	16,00
Judith Aust, Volker Baethge-Kinsky, Till Müller-Schoell, Alexandra Wagner (Hrsg.) Über Hartz hinaus	13214	978-3-86593-096-5	25,00

Ihre Bestellungen senden Sie bitte unter Angabe der Bestellnummern an den Setzkasten oder unter Angabe der ISBN an Ihre Buchhandlung. Ausführliche Informationen zu den einzelnen Bänden können Sie dem aktuellen Gesamtverzeichnis der Buchreihe **edition** entnehmen.

Setzkasten GmbH
Kreuzbergstraße 56
40489 Düsseldorf
Telefax 0211-408 00 90 40
E-Mail mail@setzkasten.de

Hans-Böckler-Stiftung

Die Hans-Böckler-Stiftung ist das Mitbestimmungs-, Forschungs- und Studienförderungswerk des Deutschen Gewerkschaftsbundes. Gegründet wurde sie 1977 aus der Stiftung Mitbestimmung und der Hans-Böckler-Gesellschaft. Die Stiftung wirbt für Mitbestimmung als Gestaltungsprinzip einer demokratischen Gesellschaft und setzt sich dafür ein, die Möglichkeiten der Mitbestimmung zu erweitern.

Mitbestimmungsförderung und -beratung

Die Stiftung informiert und berät Mitglieder von Betriebs- und Personalräten sowie Vertreterinnen und Vertreter von Beschäftigten in Aufsichtsräten. Diese können sich mit Fragen zu Wirtschaft und Recht, Personal- und Sozialwesen oder Aus- und Weiterbildung an die Stiftung wenden. Die Expertinnen und Experten beraten auch, wenn es um neue Techniken oder den betrieblichen Arbeits- und Umweltschutz geht.

Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliches Institut (WSI)

Das Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Institut (WSI) in der Hans-Böckler-Stiftung forscht zu Themen, die für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer von Bedeutung sind. Globalisierung, Beschäftigung und institutioneller Wandel, Arbeit, Verteilung und soziale Sicherung sowie Arbeitsbeziehungen und Tarifpolitik sind die Schwerpunkte. Das WSI-Tarifarchiv bietet umfangreiche Dokumentationen und fundierte Auswertungen zu allen Aspekten der Tarifpolitik.

Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK)

Das Ziel des Instituts für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK) in der Hans-Böckler-Stiftung ist es, gesamtwirtschaftliche Zusammenhänge zu erforschen und für die wirtschaftspolitische Beratung einzusetzen. Daneben stellt das IMK auf der Basis seiner Forschungs- und Beratungsarbeiten regelmäßig Konjunkturprognosen vor.

Forschungsförderung

Die Stiftung vergibt Forschungsaufträge zu Mitbestimmung, Strukturpolitik, Arbeitsgesellschaft, Öffentlicher Sektor und Sozialstaat. Im Mittelpunkt stehen Themen, die für Beschäftigte von Interesse sind.

Studienförderung

Als zweitgrößtes Studienförderungswerk der Bundesrepublik trägt die Stiftung dazu bei, soziale Ungleichheit im Bildungswesen zu überwinden. Sie fördert gewerkschaftlich und gesellschaftspolitisch engagierte Studierende und Promovierende mit Stipendien, Bildungsangeboten und der Vermittlung von Praktika. Insbesondere unterstützt sie Absolventinnen und Absolventen des zweiten Bildungsweges.

Öffentlichkeitsarbeit

Mit dem 14tägig erscheinenden Infodienst »Böckler Impuls« begleitet die Stiftung die aktuellen politischen Debatten in den Themenfeldern Arbeit, Wirtschaft und Soziales. Das Magazin »Mitbestimmung« und die »WSI-Mitteilungen« informieren monatlich über Themen aus Arbeitswelt und Wissenschaft. Mit der Homepage www.boeckler.de bietet die Stiftung einen schnellen Zugang zu ihren Veranstaltungen, Publikationen, Beratungsangeboten und Forschungsergebnissen.

Hans-Böckler-Stiftung
Hans-Böckler-Straße 39
40476 Düsseldorf
Telefax: 02 11/77 78-225
www.boeckler.de

**Hans Böckler
Stiftung** 

Fakten für eine faire Arbeitswelt.

