

Branchenvergleiche



Nordirland gegen Deutschland
Fußball-Europameisterschaft 2016



Spielfeld: Lebensmittelbranche
Match-Vorschau

4:4*



Team Performance für das Match – Check

Großbritannien: Lebensmittel- und Getränkektor

2015	2016*	2017*
2,3	2,0	2,2
0,2	0,2	2,1

BIP-Wachstum (%)

Wachstum der Wertschöpfung des Lebensmittel- und Getränkektors (%)

1,2
hoch

Durchschnittliches Wachstum des Lebensmittel- und Getränkektors in den letzten 3 Jahren (%)

Wettbewerbsintensität

Deutschland: Lebensmittel- und Getränkektor

2015	2016*	2017*
1,7	1,6	1,5
-1,1	0,8	2,2

-0,3
hoch

Quellen: IHS, Atradius

* Prognose

Ehrgeizige Wachstumsziele

Die Lebensmittelindustrie ist mit einem Gesamtumsatz von über 4,5 Milliarden Pfund und 100.000 Stellen im Agrar- und Lebensmittelsektor, einschließlich Landwirtschaft, Fischerei, Einzelhandel und Vertrieb, Nordirlands größte Fertigungsindustrie. In Nordirland gibt es über 400 Lebensmittel und Getränke verarbeitende Unternehmen. Fleisch und Milchprodukte sind die größten Segmente, sie machen ca. 50 % des Umsatzes aus.

2013 verkündete das Northern Irish Agri-Food Strategy Board (Nordirischer Strategieausschuss für den Agrar- und Lebensmittelsektor) eine ehrgeizige Wachstumsstrategie. Das Ziel ist eine Umsatzsteigerung bis zum Jahr 2020 von 60 % (im Vergleich zu 2010) auf 7 Milliarden Pfund .

Erwartungen zufolge werden die Gewinnmargen nordirischer Lebensmittelunternehmen 2016 stabil bleiben und die Banken sind bereit, die Industrie mit Krediten zu versorgen.

Überwältigende Marktmacht großer Einzelhändler und Discounter

Laut Angaben des Bundesministeriums für Ernährung ging der nominale Umsatz im Jahr 2015 um 3,4 % auf 166 Milliarden Euro zurück. Die Umsätze im Inland sanken um 5,7 %, die Exportumsätze dagegen nur um 0,1 %. Trotz des Umsatzrückgangs ist die Kapitalstärke der Unternehmen in diesem Sektor weiterhin gut, doch größere Unternehmensgruppen und Produzenten sind üblicherweise besser kapitalisiert als Groß- oder Einzelhändler.

Die überwältigende Marktmacht großer Einzelhändler und Discounter, der harte Wettbewerb und Preiskämpfe im Lebensmitteleinzelhandel deuten jedoch darauf hin, dass Lebensmittelproduzenten, -verarbeiter und -lieferanten Schwierigkeiten haben, ihre Kosten weiterzugeben. Infolge dessen sind ihre Gewinnmargen in den letzten Jahren geschrumpft und befinden sich weiter im Abwärtstrend.

Dennoch geht es vielen Unternehmen in allen Teilbereichen des Lebensmittelsektors trotz der Probleme in der Branche gut. Der Sektor ist nicht konjunkturabhängig und daher weniger unbeständig als andere Branchen. Darüber hinaus hat sich der Exportanteil seit Mitte der 1990er Jahre fast verdoppelt und bietet viele Geschäftsmöglichkeiten im Ausland.



Spieler im Fokus

Nordirland

- In der Getränkeindustrie sind die wichtigsten Produkte alkoholfreie Getränke, Bier, Whisky, Tee und Kaffee. Unternehmen in diesem Segment zeichnen sich durch den hohen Entwicklungsstand ihrer Prozesse und finanzielle Stabilität aus.
- Die Rind- und Schaffleischerzeugung bildet nach Umsatz den größten Teilbereich. Stärken sind die Qualität des Viehbestands und die gute Ausrüstung der Fleisch verarbeitenden Betriebe.



Deutschland

- Fleisch/Fleischprodukte stellen den bei Weitem größten Teilsektor, der vorwiegend durch einige wenige marktführende Fleisch verarbeitende Unternehmen kontrolliert wird. Diese Unternehmen haben in den letzten Jahren vollständig vertikal integrierte Gruppen gebildet. Die weltweit steigende Nachfrage nach Fleisch bietet der deutschen Fleischbranche viele Geschäftsmöglichkeiten und treibt die Gewinnmargen jener Unternehmen mit dem größten Exportanteil in die Höhe.

- Im Molkereisegment nahm der Wert der Milchproduktion 2015 um 27 % ab. Die Schwankungen des durchschnittlichen Milchpreises in den letzten Jahren spiegelt Nordirlands Abhängigkeit von der globalen Nachfrage wider.



- Trotz einer für diesen Sommer erwarteten Belebung des Absatzes bleiben die Verkaufspreise in der deutschen Getränkebranche (Bier, Mineralwasser, alkoholfreie Getränke etc.) weiter unter Druck. Der Grund dafür sind geringerer Konsum, zunehmende Preissensibilität der Verbraucher, Überkapazitäten und Discounter. Die Gewinnmargen sinken in diesem Segment weiter.



Die größten Stärken und Schwächen

Nordirische Lebensmittelbranche

Teil des Vereinigten Königreichs, das Importeur von Lebensmitteln ist

Reputation als Lieferant gesunder Lebensmittel mit Ursprung in der wertvollen örtlichen Landwirtschaft

Durch die Insellage genießt Nordirland eine Reihe deutlicher Vorteile für die Produktion sicherer Lebensmittel



Deutsche Lebensmittelbranche

Konjunkturunabhängige Branche

Innovativer Sektor, reagiert auf sich wandelndes Verbraucherverhalten

Gewinne aus dem wachsenden Exportgeschäft

International sehr wettbewerbsfähig

Die Einkünfte in der Landwirtschaft Nordirlands gingen 2015 stark zurück.

Probleme mit der potenziell doppelten Identität nordirischer Lebensmittelprodukte – d. h. sowohl britisch als auch irisch



Teilweise Überkapazitäten

Schrumpfende Margen

Rückgang der Verbraucher und alternde Gesellschaft

Niedriges Preisniveau aufgrund starker Discounter



Fair Play Tabelle: Zahlungsmoral und Insolvenzen

Nordirische Lebensmittelbranche

- Die durchschnittliche Zahlungsdauer in der Lebensmittelbranche beträgt im Vereinigten Königreich 45-60 Tage.
- Die Zahlungsmoral war in den letzten beiden Jahren gut und der Zahlungsverzug ist gering.
- Der Umfang von Nichtzahlungsmeldungen ist niedrig und wir erwarten für die kommenden Monate auch keine Zunahme.
- Die Zahl der Insolvenzen im Lebensmittelsektor ist ebenfalls niedrig. Für 2016 wird kein Anstieg der Insolvenzfälle erwartet.

Deutsche Lebensmittelbranche

- Lebensmittelproduzenten und -großhändler zahlen im Durchschnitt innerhalb von 30 Tagen, während die Zahlungsfristen der Lebensmitteleinzelhändler oft zwischen 45 und 90 oder sogar noch mehr Tagen schwanken.
- Da Lebensmittel verarbeitende Unternehmen und Einzelhändler längere Zahlungsfristen von ihren direkten Lieferanten verlangen, um ihr Betriebskapital zu verbessern, entsteht eine Welle längerer Zahlungsfristen entlang der gesamten Lieferkette. Dennoch schrumpfen die bereits geringen Gewinnmargen weiter.
- In den letzten Monaten konnten wir keine Zunahme der Nichtzahlungsmeldungen feststellen und erwarten dies auch für die nächste Zeit nicht.
- Aufgrund des immer noch starken wirtschaftlichen Umfelds in Deutschland ist die Zahl der Insolvenzen im Lebensmittelsektor in letzter Zeit nicht gestiegen. Mittelfristig könnte sie jedoch zunehmen, insbesondere bei kleineren und finanziell schwachen Unternehmen.

Haftungsausschluss

Dieser Bericht dient ausschließlich zu Informationszwecken und stellt keinerlei Empfehlung für bestimmte Transaktionen, Investments oder Strategien an jedwede Leser dar. Der Leser muss bezüglich der gelieferten Informationen seine eigenen Entscheidungen gleich welcher Art treffen. Obgleich Atradius sich bemüht hat sicherzustellen, dass nur Informationen aus zuverlässigen Quellen in diesen Bericht einfließen bzw. enthalten sind, übernimmt Atradius keinerlei Gewähr für die in diesem Bericht enthaltenen Informationen. Alle Informationen in diesem Bericht geben den aktuellen Sachstand wieder; insbesondere wird keinerlei Gewähr oder Garantie – weder ausdrücklich noch implizit – übernommen in Bezug auf die Vollständigkeit, Richtigkeit, Aktualität der hierin enthaltenen Informationen oder die aus deren Verwendung abgeleiteten Resultate. Jegliche Haftung von Atradius, mit Atradius verbundenen Unternehmen, Geschäftspartnern, Vertretern oder Mitarbeitern für Schäden und Folgeschäden, die auf Entscheidungen beruhen, die im Vertrauen auf die in diesem Bericht enthaltenen Informationen getroffen wurden, ist ausgeschlossen, selbst wenn auf die Möglichkeit solcher Schäden hingewiesen wurde.

Copyright Atradius N.V. 2016

Wenn Ihnen dieser Bericht nützlich erscheint, dann besuchen Sie bitte unsere Website www.atradius.de. Hier finden Sie viele weitere Veröffentlichungen von Atradius zur Weltwirtschaft sowie verschiedene Länderreports, Branchenanalysen und Empfehlungen zum Forderungsmanagement, ebenso Artikel über aktuelle Geschäftsthemen.

Sind Sie auf Twitter? Dann folgen Sie [@atradiusDE](https://twitter.com/atradiusDE)

Folgen Sie uns auf



@atradiusDE



Atradius



atradius

Atradius
Opladener Straße 14
50679 Köln
Tel: +49 (0) 221 2044-4000

E-Mail: presse@atradius.com
www.atradius.de