

# Kräftige Aufwärtsentwicklung

*Niedersächsisches Ernährungsgewerbe wächst stärker als der Bundestrend*

**Hannover.** Das niedersächsische Ernährungsgewerbe wächst stärker als der Bundestrend. Jetzt startete die Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft e.V. ihre zweite Außenhandelsbefragung.

Die niedersächsische Ernährungswirtschaft entwickelt sich weiter dynamisch. Die rund 700 Betriebe des niedersächsischen Ernährungsgewerbes einschließlich Tabakverarbeitung haben 2007 einen Gesamtumsatz von 25,7 Mrd. Euro erwirtschaftet. Das ist eine Steigerung um 9,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Noch dynamischer als der Umsatz im Inland wuchs das Exportgeschäft. Während der Umsatz im Inland um 9,1

Prozent auf 21,7 Mrd. Euro gewachsen ist, kletterte der Auslandsumsatz um 12,9 Prozent auf 4,3 Mrd. Euro. Die Exportquote betrug damit 2007 16,7 Prozent. Leicht rückläufig ist die Zahl der Beschäftigten. Sie sank um 0,5 Prozent auf 67 183 Personen (Stichtag: 30.9. 2007). Bezogen auf den Gesamtumsatz wuchs das niedersächsische Ernährungsgewerbe damit deutlich stärker als die Gesamtheit aller Betriebe der Ernährungsindustrie in Deutschland. Diese konnten den Umsatz nur um knapp 7 Prozent auf insgesamt 147,6 Mrd. Euro steigern. Das Wachstum des Exportgeschäftes ist ein bundesweiter Trend. Die Exportquote erreichte mit 24,6 Prozent einen

neuen Höchststand. Insgesamt wurden im Ausland Lebensmittel aus Deutschland für 36,6 Mrd. Euro verkauft. (Quellen: LSKN, ZMP)

Viele Unternehmen der niedersächsischen Ernährungswirtschaft sind bereits auf ausländischen Märkten aktiv. Die deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft insgesamt erzielte 2007 fast 25 Prozent ihres Umsatzes im Export – Tendenz steigend. Die zweite Außenhandelsbefragung der Marketinggesellschaft wurde jetzt an mehr als 300 niedersächsische Unternehmen versandt.

Im Auftrag des niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr sowie des Ministeriums für Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz und Landesentwicklung werden Unternehmen in Niedersachsen befragt, die sich bereits im Ausland engagieren. In dem Erhebungs-

bogen geht es nicht nur um aktuelle oder geplante Aktivitäten im Export, sondern auch darum, wie diese Aktivitäten im Unternehmen verankert sind. Gefragt wird unter anderem nach Exportregionen, Messebeteiligungen im Ausland und relevanten unternehmensexternen Faktoren, die die Exportaktivität beeinflussen. Die aktuelle Befragung ist bereits die zweite nach 2004. Die Ergebnisse dienen unter anderem dazu, die Aktivitäten der Marketinggesellschaft im Bereich Exportunterstützung weiter zu verbessern und auszubauen.

**Noch dynamischer als der Umsatz im Inland wuchs das Exportgeschäft. Der Auslandsumsatz stieg um 12,9 % auf 4,3 Mrd. Euro.**

Seit 2004 war die Marketinggesellschaft direkt 113 der an der damaligen Befragung teilnehmenden Unternehmen und weiteren Unter-

nehmen der Branche bei unterschiedlichen Exportaktivitäten behilflich, unter anderem bei der Erschließung neuer Märkte, durch die Vermittlung und Koordination von Unternehmer- und Delegationsreisen, beim Matchmaking im In- und Ausland und bei der Koordination von Messeauftritten.

Unterdessen sind auch die Vorbereitungen für die nächste Internationale Grüne Woche vom 16. bis zum 25. Januar 2009 in Berlin bei der Marketinggesellschaft der niedersächsischen Land- und Ernährungswirtschaft angelaufen. Diese bietet seit über 30 Jahren Unternehmen, Marken und Regionen aus Niedersachsen auf einer der weltgrößten Verbrauchermessen des Food- und Agrarbereichs in einer eigenen Halle eine Heimat. Unternehmen können sich bei der Marketinggesellschaft bis 30. Juni um einen Standplatz bewerben. lz 20-08

## Geflügel

Im Jahr 2007 ergab sich für Geflügelfleisch ein Pro-Kopf-Verbrauch von 17,2 kg. Das waren rund 500 g mehr als 2006, wobei im Frischgeflügel-sektor schwerpunktmäßig im Discounter Einkäufe getätigt wurden. Die derzeit angespannte Rohstoffsituation sorgt indessen für starke Anstiege der Futterkosten, die in der Geflügelmast etwa 60 Prozent der Kosten einnehmen. Trotz der schrittweise gestiegenen Verkaufspreise der Geflügelprodukte konnten die Kostensteigerungen nicht in allen Bereichen kompensiert werden, da unter anderem auch die Schweinefleischprodukte sehr billig waren. Hier wird mit einer Wende in der zweiten Jahreshälfte 2008 gerechnet.