

Gastbeitrag

Die Nahrungsmittelindustrie im Umbruch



Jörg Dehning

Erstanalyst des Sektors Food & Beverage bei der DJE Kapital AG sowie Fondsmanager des DJE – Agrar & Ernährung

Die Wachstumsraten der großen Lebensmittelkonzerne konnten zuletzt nur wenig überzeugen. Das lag im Wesentlichen an der vorherrschenden Absatzschwäche in Nordamerika und Europa. Wachstumsstarke Nischen stehen jedoch bei Unternehmen und Investoren hoch im Kurs.

Anleger, die sich bevorzugt auf den Bereich der Lebensmittel engagieren, könnten unruhige Zeiten vor sich haben. Einerseits bremsen rückläufige Geburtenraten das Trendwachstum. Andererseits führen die Konsolidierungswelle im Lebensmittelhandel und die zunehmende Verbreitung von Handelsmarken zu einem anhaltenden Preisdruck. Erschwerend kommt der aggressive Marktauftritt eines namhaften e-Commerce Anbieters hinzu, der den Nahrungsmittellieferanten weitere Preiszugeständnisse abverlangt. Lange Zeit konnten die weltweit agierenden Lebensmittelproduzenten dies teilweise durch ihre Expansion in Asien oder Südamerika kompensieren. Aufgrund politischer Instabilität wie in Brasilien, ungünstigen Währungsentwicklungen wie in Argentinien und der Türkei, höheren Verbrauchssteuern wie in Indien oder auf den Philippinen nehmen nun aber auch hier die Zuwachsraten ab.

Entsprechend steigt der Druck auf die Nahrungsmittelunternehmen, sich ebenfalls vermehrt auf die wenigen wachstumsstarken Nischen im Lebensmittelmarkt zu konzentrieren. An erster Stelle ist hier der Markt für biologisch erzeugte Lebensmittel zu nennen. Während anfangs das Bioangebot außerhalb des Fachhandels hauptsächlich aus Frischeprodukten wie Eier, Milch und Obst bestand, gewinnen nun auch Bio-Fertigprodukte massiv an Bedeutung. Entsprechend wächst der Markt für Bioprodukte um etwa zehn Prozent pro Jahr.

Die etablierten Supermarktketten widmen sich ebenfalls zunehmend dem Thema „Bio“. So hat beispielsweise einer der größten Lebensmittelhändler Frankreichs jüngst angekündigt, sein Bio-Angebot bis 2022 fast verfünffachen zu wollen, fünf Milliarden Euro Umsatzvolumen sind angepeilt. Damit würde die Sparte zweifelsohne ihr bisheriges Nischendasein ablegen. Diese Entwicklung setzt natürlich auch eine deutliche Ausweitung der Bio-Anbauflächen voraus. Hier kann mit einer ökologisch genutzten Fläche von 27,15 Millionen Hektar interessanterweise Australien bisher die größten Erfolge verbuchen, in erster Linie dank einer stark ausgeweiteten Bio-Fleischproduktion. Die zunehmende Verbreitung von spezifischen Allergien hat ferner in den letzten Jahren eine ganz neue Produktkategorie geschaffen, das sogenannte „Frei von ...“-Sortiment.



Zu berücksichtigen ist jedoch die große „Nicht“-Erfolgsquote bei Produkt-Neulancierungen – laut Nielsen scheitern bis zu 75 Prozent aller Neueinführungen im Lebensmittelmarkt nach einem Jahr. Daher weiten viele Nahrungsmittelkonzerne das Produktportfolio durch die Akquisition bereits etablierter Marken aus. So wurden insbesondere im Bereich pflanzenbasierter Ernährungsangebote zuletzt zahlreiche Unternehmensübernahmen getätigt. Eine der größten Transaktionen war hier sicherlich die Übernahme des US-Anbieters WhiteWave (für 12,5 Milliarden US-Dollar im Jahr 2016). Schließlich greifen nicht nur Vegetarier auf pflanzenbasierte Getränke wie Sojamilch zurück.

Ferner sollte man nicht übersehen, dass viele Milchersatzprodukte in Asien entwickelt wurden, um der dortigen Lactoseunverträglichkeit zu begegnen. Auch deswegen sind gesäuerte Milchprodukte oder die sogenannte A2-Milch (unterschiedliche Casein-Struktur) bei den Chinesen immer mehr gefragt. Die Erfolgchancen veganer Fleisch-Burger bleiben hingegen unklar, auch wenn sich hier namhafte

Investoren wie der Staatsfonds von Singapur, Google Ventures oder Bill Gates bereits finanziell nennenswert engagiert haben. Da gewinnen pflanzenbasierte Protein-Shakes ohne Frage eine schnellere Akzeptanz beim Konsumenten. Der wohl nie endende Fitnessboom und die Lancierung neuer Abnehmprogramme unterstützen diesen Nischenmarkt fortgesetzt.

Die Produktion gesundheitsfördernder und besser verträglicher Lebensmittel verlangt des Weiteren den vermehrten Einsatz natürlicher Zusatzstoffe. Im Gegenzug wird immer mehr auf künstliche Konservierungsstoffe und Geschmacksverstärker sowie auf synthetisch erzeugte Aromen, Süß- und Farbstoffe verzichtet. Es verwundert folglich nicht, dass sich selbst bei den Zutatenlieferanten eine wesentliche Strategie-Änderung in der Produktfokussierung abzeichnet. Selbst in den USA, wo bisher aufgrund der geringeren Anforderungen bei Lebensmittelkennzeichnungen der Einsatz natürlicher Inhaltsstoffe lange gebremst wurde, ist ein Umdenken festzustellen. Natürliche Lebensmittelfarben gewinnen nun auch hier trotz der deutlich höheren Bezugskosten an Bedeutung. Die angekündigten milliardenschweren Übernahmen von Naturex und Frutarom, zwei Gesellschaften mit ausgewiesener Expertise auf dem Gebiet natürlicher Zusatzstoffe, dürften daher nur der Anfang gewesen sein. Weitere Akquisitionen sind hier nur eine Frage der Zeit und bieten Investoren entsprechende Chancen daran zu partizipieren. Dies gilt jedoch vorwiegend nur für die potentiellen Übernahmeziele. Die Aktien der akquirierenden Unternehmen zwingen sich angesichts der teils sehr hohen Transaktionspreise nicht immer auf, da sich deren Kapitalrenditen in der Folge oftmals deutlich reduzieren.