

PAUL M. MÜLLER

SEIT 1956

FOOD NEWS

DER MARKTBERICHT

AUSGABE NOVEMBER 2023

23.11.2023

„Man soll dem Leib etwas Gutes bieten, damit die Seele Lust hat darin zu wohnen.“

Winston Churchill



Dosiert – unsere Kolumne

Rindsrouladen, Gulasch, Klöße – echte Hausmannskost eben. Ich erinnere mich noch gut an meine Kindheit, als die Oma Mittagessen kochte und einen Topf in die Mitte des Tisches stellte – voller Fleisch, versteht sich. Es war ein Gefühl der Heimat, des Wohlfühlens, des Zusammenhalts. Was damals selbstverständlich und in vielen Familien Usus war, wird heute immer seltener. Immer weniger Fleisch kommt auf den Teller – zumindest in Privathaushalten und vor allem bei Jüngeren. Das ist eines der Ergebnisse des Ernährungsreports vom Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), der Mitte Oktober veröffentlicht wurde. In der Food-Branche ist diese Entwicklung längst angekommen. So präsentierten Hersteller auf der weltweiten Leitmesse für Lebensmittel und Getränke – der anuga – zahlreiche raffinierte Ersatzprodukte. Auch wir waren mit unserem (größtenteils pflanzlichen) Sortiment dabei, waren beeindruckt von den Innovationen der Unternehmen und freuen uns schon auf die kommenden Messen in 2024.

Was Sie außerdem in den Food News erfahren? Wir berichten für Sie über verschiedene pflanzliche Produktgruppen. Wann ist der perfekte Kaufzeitpunkt für Mandarinenkonserven? Wie steht es um die Preise für Oliven? Und welche Auswirkungen hat eigentlich die Mauterhöhung auf die Branche? Wir haben

– wie immer – mit Insidern gesprochen und im Folgenden die wichtigsten Informationen für Sie zusammengestellt. Damit sind Sie nicht nur bestens informiert, sondern auch top vorbereitet für das neue Jahr, in dem – nicht nur durch die aktuelle weltpolitische Lage – neue Herausforderungen auf uns alle warten. So gibt es auch schöne Dinge, die uns bevorstehen: Im Januar startet der alljährliche Veganaury (auf Deutsch: Der vegane Januar). Die Bewegung ist längst auch in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung angekommen: In 2023 wurden allein in Deutschland 425 neue, vegane Gerichte und Menüoptionen gelauncht. Bevor es wieder so weit ist, gilt es die letzten Wochen des Jahres zu meistern (und natürlich zu genießen). Das soll perfekt und reibungslos klappen. Weiter unten finden Sie daher alle wichtigen (Logistik-)Termine zur optimalen Planung Ihrer Bestellung.

Wir wünschen Ihnen einen schönen, erfolgreichen Jahres-Endspurt. Vielleicht mit einem veganen Menü – denn wir sind uns sicher: Pflanzliche Gerichte sorgen mindestens für so viel Wohlbefinden und Wärme wie es das Mittagessen bei Oma früher schon ausgestrahlt hat. Bleiben Sie gesund!

Herzlichst, Ihr Thomas Schneidawind



Dunstapfelstücke: Konkurrenz im Markt

Die Apfelernte in Europa lief in diesem Jahr schlecht. Die Zahlen für Polen machen das deutlich: Mit über 150 Hektar ist es das bedeutendste europäische Anbauland für Äpfel. Anfang des Jahres wurde dort eine gute Ernte mit 4 Millionen Tonnen erwartet. Nach zweimaliger Korrektur liegt die Prognose jetzt nur noch bei 3,3 bis 3,5 Millionen Tonnen.

Gleichzeitig ist die Nachfrage des Lebensmitteleinzelhandels nach europäischen Äpfeln hoch, weil in den Sommermonaten Ware aus Übersee größtenteils ausblieb. Somit trifft die unterdurchschnittliche Ernte in Europa auf einen leeren Markt für Tafeläpfel. Überhänge gibt es kaum und somit auch weniger Äpfel als sonst üblich, die an die Industrie für Schälware abgehen.

Für den Markt von Dunstapfelstücken bedeutet das: Obwohl die Kosten für Verpackung und Transport im Ursprungsland um ca. 8 Prozent leicht gesunken sind, spiegelt sich das nicht im Endpreis wider. Stattdessen können sie nur einen geringen Teil der (im Vergleich zu vergangenem Jahr bis zu 35 Prozent höheren) Rohwarenpreise abpuffern. Zusätzlich führen die Mauterhöhung sowie gestiegene Kosten für die Entsorgung von Verpackungskosten in Deutschland zu höheren Verkaufspreisen.

Branchen-Kenner rechnen bis zur Ernte im nächsten Jahr mit einem weiterhin hohen Preisniveau. „Der Preis wird sich in den kommenden Wochen halten“, so unser Gesprächspartner. Auch ein leichter Anstieg sei weiterhin möglich. Wann bzw. ob die Preise in nächster Zeit wieder sinken, wagt aktuell niemand zu behaupten.



Oliven: Höhen und Tiefen

Höhen und Tiefen erlebten Oliven-Bauern in diesem Jahr in Spanien. Erst die vielversprechenden Regenfälle, die für die letzte Wachstumsphase vor der Ernte so wichtig sind. Dann die trockenen Winde, (zu) hohe Temperaturen und eine geringe Luftfeuchte.

Mit der Folge: Die Olivenfrüchte hörten früher als gewünscht auf zu wachsen und die Erntesaison startete früher als sonst üblich – nämlich bereits in der letzten August- bzw. ersten Septemberwoche. Ein Silberstreif am Horizont: Dank der darauffolgenden Niederschläge Ende Oktober legten die Oliven, die in die Ölproduktion gehen, nochmals an Größe und Gewicht zu. Wie hoch sie letztlich ausfallen wird, lässt sich aktuell noch nicht sagen, da sie noch bis Ende des Jahres stattfindet. Anders bei den Tafeloliven: Hier ist die Ernte bereits abgeschlossen und beläuft sich Schätzungen zufolge auf ca. 430.000 Tonnen. Das ist das schlechteste Ernteniveau seit Aufzeichnung.

Der Preis für Rohware von Tafeloliven liegt dieses Jahr 50 Prozent (nämlich 0,40 Euro je kg) höher als in 2022. Andere Faktoren beeinflussen die Preise für Olivenprodukte zusätzlich: Es herrscht ein Mangel an Arbeitskräften in ganz Spanien. Und: Aufgrund der hohen Preise, die aktuell für Olivenöl gezahlt werden, wägen Produzenten ab, ob sie vermehrt auf diese Produktion statt auf Konserven-Ware setzen.

Unterdessen melden Experten aus Ägypten gute Prognosen für ihre Olivenproduktion. Welche Auswirkungen diese Entwicklungen letztlich auf die Preise für Olivenprodukte haben, steht zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht fest. Wir bleiben für Sie dran und werden weiter für Sie berichten.



Mandarinen: Gesunkene Preise

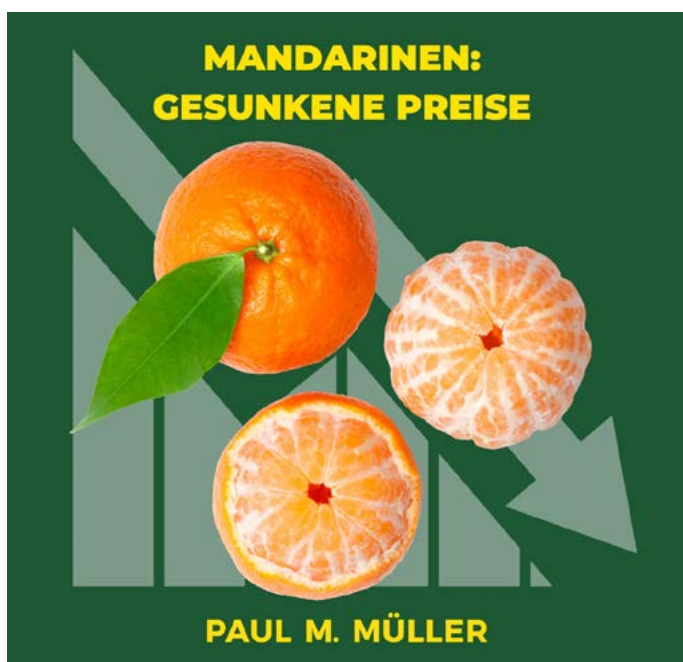
Sowohl im Lebensmitteleinzel- als auch im Großhandel ist die Nachfrage nach Mandarinenprodukten aktuell gering. Ein Insider verrät uns: "Der Bedarf ist halb so hoch wie sonst üblich." Dem gegenüber steht ein hohes Angebot, weil die Ernten in China, Spanien und der Türkei gut ausfallen. Was bedeutet das konkret? Und wann ist ein guter Zeitpunkt zum Kauf?

Zuerst ein Blick in die Türkei, wo die voll behangenen Bäume aktuell geerntet und die Früchte verarbeitet werden. Nach einer Probeproduktion Anfang November forderten Bauern und Produzenten hohe Preise. Aufgrund der vorhandenen Überhänge im Markt und der daraus resultierenden fehlenden Nachfrage und Absatz sanken diese Preise jedoch schnell wieder – und das trotz der hohen Inflation im Land.

Ähnlich sah die Preisentwicklung in den vergangenen Tagen in Spanien aus: Gestiegene Kosten für Rohware, Zucker (eine wichtige Zutat für Dosen-Obst) sowie Arbeitskräfte führten zu Preisen 5 Prozent über Vorjahres-Niveau. Um am internationalen Markt wettbewerbsfähig zu bleiben, sanken die Preise jedoch auch hier rasch.

In China sieht die Ernte ebenfalls vielversprechend aus und die Produzenten sind top vorbereitet, um die qualitativ hochwertigen Zitrusfrüchte zu Dosenobst zu verarbeiten. Denn: In den vergangenen beiden Jahren haben sie in Schäl- und Schneidemaschinen investiert und damit ihre Produktionsleistung erhöht. Dazu kommt: Die Preise für Dosenblech sind leicht gesunken. Anders als in der Türkei und Spanien vermuten Insider in China dennoch keine allzu starken Preissenkungen im Mandarinen-Markt im Vergleich zum Vorjahr. Die Gründe sind vielfältig. Zum einen liegt der Preis für Zucker seit der Corona-Pandemie auf hohem Niveau und ist aktuell höher als im vergangenen Jahr. Zum anderen kommen verschiedene Kosten für Umwelt- und Brandschutz hinzu, die die Produzenten miteinpreisen müssen. Der Wechselkurs, den niemand vorhersagen kann, spielt eine weitere Rolle.

Fazit: Das Angebot an Mandarinen ist weltweit groß. Die Nachfrage gering. Ein weiteres Absinken der Preise ist dennoch unwahrscheinlich, ein erneutes Ansteigen eher eine Frage der Zeit – sprich: ein guter Zeitpunkt für den Mandarinen-Kauf ist jetzt – genauso wie für die eigene Bevorratung. Sprechen Sie uns gern an.



INTERVIEW



NORDFROST GmbH & Co. KG

„Die Maut-Erhöhung ist drastisch. Solch eine Steigerung habe ich in meinem ganzen Berufsleben noch nicht erlebt. Den Mittelstand trifft es dabei besonders hart. Größere Firmen am Markt können es sich leisten, sie berechnen die Kosten und geben diese weiter.“

Rainer Hautz

Von der Bundesregierung gibt es keine vorweihnachtlichen Geschenke für Speditionen. Ganz im Gegenteil. Die Maut geht hoch – und das schon ab 1. Dezember. Ab 1. Juli 2024 gilt die Mautpflicht dann auch für kleinere Transporter ab 3,5 Tonnen. Davon ausgenommen bleiben sollen Fahrten von Handwerksbetrieben. Was die Mauterhöhung für die Branche bedeutet, erklärt Rainer Hautz, bei der NORDFROST GmbH & Co. KG in Hamburg zuständig für Trockengut- und Container-Logistik.

PMM: Die Maut wird erhöht...

... und das ganz drastisch. Aktuell sind es auf den LKW, die allgemein üblich sind und auf der Autobahn zu sehen sind, 19 Cent pro Kilometer. Zum 1. Dezember steigt der Betrag nun auf 34,8 Cent – das ist eine Steigerung von 83 Prozent. Für die Strecke München – Hamburg mit 800 Kilometer sind das bisher 152 Euro und in Zukunft 278,40 Euro. Solch eine Steigerung habe ich – und ich bin inzwischen 62 Jahre alt – in meinem ganzen Berufsleben noch nicht erlebt.

PMM: Wie gehen Sie mit der Mauterhöhung um?

Obwohl die Mauterhöhung erst jetzt beschlossen wurde, lagen die Fakten seit vielen Monaten auf dem Tisch. Bereits im Sommer habe ich zu unseren Kunden gesagt: „Richtet euch darauf ein, dass die Mauterhöhung Ende des Jahres kommen wird und so Kosten von rund 15 Prozent mehr entstehen.“ Ich wäre kein guter Logistiker, hätte ich mein Ohr nicht an aktuellen Themen und würde ich meine Kunden nicht rechtzeitig über solche Entwicklungen informieren.

PMM: Was bedeutet das für die Branche?

Wir sind massiven Kostensteigerungen ausgesetzt. Neben den 15 bis 20 Prozent wegen der Maut, stehen uns auch bundesweit Verhandlungen seitens VERDI bevor, die für 2024 einen neuen Tarifvertrag aushandeln möchten – das betrifft die Logistikbranche ebenfalls. Da schlägt die Maut neben den anderen Kostensteigerungen wie Personal, Material und allgemeine Kosten jeglicher Art natürlich zu Buche.

PMM: Die Bundesregierung möchte auch erreichen, dass mehr E-LKW zum Einsatz kommen. Ist das eine mögliche Lösung?

Ich kenne Unternehmer, die sich mit dem Thema beschäftigen, auch wir als Nordfrost tun das. Aber für das Streckengeschäft sind E-LKW nicht geeignet. Die Infrastruktur fehlt, die Leistungsfähigkeit der Batterien ist nicht kompatibel zu den Modalitäten, die wir bekommen und abzarbeiten haben. Einen E-LKW können Sie im Nahverkehr bewegen, beispielsweise wenn er in München stationiert ist und in und um

München fährt – maximal 200 bis 250 Kilometer pro Tag. Im Streckengeschäft herrschen andere Relationen, da müssen Sie 600, 700, 800 Kilometer abbilden.

PMM: Wen trifft die Mauterhöhung besonders?

Den Mittelstand. Größere Firmen am Markt können es sich leisten, sie berechnen die Kosten und geben diese weiter. Aber kleinere Firmen, die vielleicht auch in einem Angstmodus arbeiten – was man im Unternehmertum natürlich nicht machen sollte – haben im Moment große Sorgen. Insbesondere die Frachter, also Unternehmer mit 10, 15, 25 LKW sind derzeit sehr nervös.

PMM: Was bedeutet das für den Verbraucher?

Die Mauterhöhung und damit verbundene Kostensteigerungen für transportierte Produkte werden auch beim Verbraucher ankommen, aber nicht sonderlich stark. Die Kosten von einem Liter Milch steigen vermutlich um 1,2 Cent. Meistens ist es ja so, dass der Lebensmitteleinzelhandel und die Discounter ihre Handelspartner dermaßen drücken, dass der Preis, der existiert, auch meist bleibt.

PMM: Was können Lösungsansätze sein?

Das ist eine schwierige Frage, die ich so nicht beantworten kann. Klar ist aber: Das Interesse der Bundesregierung ist es, Geldquellen anzuzapfen, um Wirtschaftsprogramme und andere Themen, die derzeit aktuell sind, zu finanzieren. Da ist der LKW ein einfaches probates Mittel. Er muss fahren – ob man es will oder nicht. Selbst wenn man die Preissteigerung auf 1 Euro beziffert hätte, hätte man das auch bezahlen müssen.

PMM: Also wird der Wunsch, die Straßen zu entlasten, nicht wahr werden?

Definitiv nein. Der Effekt, den man erzeugen wollte – nämlich eine Reduzierung der LKW auf den Straßen – wird nicht eintreten. Nehmen wir Ihr Unternehmen Paul M. Müller als Beispiel: Die Lebensmittel, die Sie am Markt anbieten – da ist ein Transport auf der Schiene gar nicht abbildbar. Wie soll eine Kombination aus Bahn und LKW 5, 10 oder auch mal 15 Paletten von Ihnen auf Schienen und Straße in der vorgegebenen Zeit zum Empfänger bringen?

PMM: Herr Hautz, vielen Dank für Ihre Zeit und das interessante Interview!

ZUR PERSON

Rainer Hautz ist Standortleiter der NORDFROST in Hamburg und zuständig für Trockengut- und Containerlogistik, im Wesentlichen für Trocken-Lebensmittel, d.h. Konserven, Saaten, Trockenfrüchte, aber auch Non-Food für den Discount. Sein Team umfasst 20 Personen für alle speditionellen Abwicklungen – vom Container-Trucking, über behördliche und zolltechnische Abwicklungen, die Lagerung und den Transport der Waren bis zum nächsten Empfänger.

Rainer Hautz arbeitete seit 1986 in der väterlichen Spedition, bis hin zum Teilhaber. Nach dem Tod seines Vaters 2004 war er Alleingesellschafter, er kaufte und sanierte 2007 eine weitere Spedition und verkaufte Ende 2009 beide Firmen an die NORDFOST. Seitdem ist er in diesem Unternehmen tätig. Sein Lieblingsthema in der Branche: stets hochwertige und zuverlässige Logistik zu vernünftigen Preisen anbieten.



Messekalender 2024

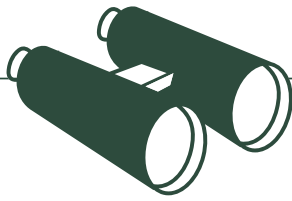


Große Ereignisse werfen ihre Schatten voraus: Welche branchenrelevanten Messen in 2024 stattfinden, sehen Sie in unserem aktualisierten [Messekalender](#).

Außerdem schauen wir dankbar auf die letzten Wochen und Monate zurück: Im Februar waren wir als Besucher auf der [BioFach-Messe in Nürnberg](#).

Im Oktober präsentierten wir uns mit neuem Messestand auf der [anuga-Fachmesse in Köln](#). Und eine Woche später waren wir auf der Intergast-Messe in Göttingen.

Unser Fazit: Das war ein tolles Jahr mit vielen schönen Begegnungen und inspirierenden Messetagen. Gerne mehr davon im kommenden Jahr – wir freuen uns!

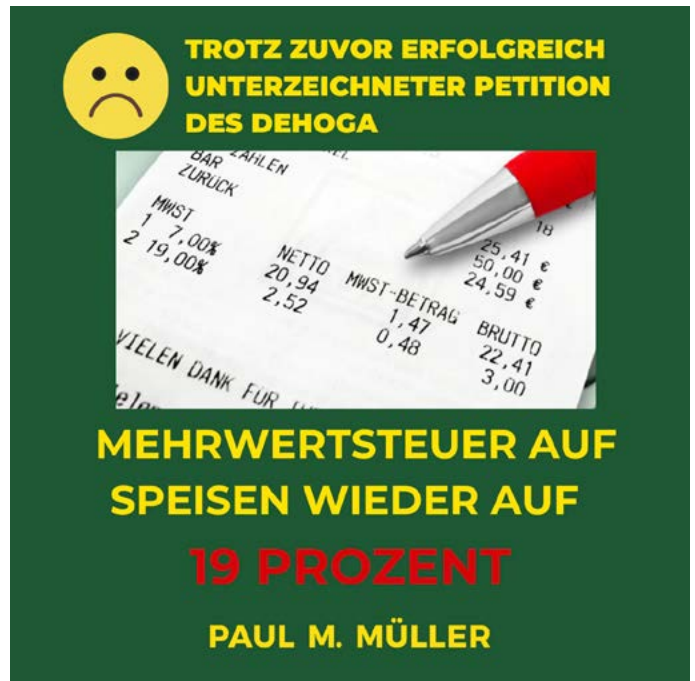


Alle Jahre wieder: Logistik-Planung



3, 2, 1, Weihnachten! In fünfeinhalb Wochen ist Heiligabend. Wir empfehlen daher, bereits jetzt voranzuplanen. **Die letzte Lademöglichkeit in diesem Jahr ab unserem Zentrallager in Hamburg ist der 22.12.2023.** Danach startet der Betrieb in der Hansestadt erst wieder am 3.1.2024. In Italien verabschieden sich viele Lieferanten vom 24.12.2023 bis 8.1.2023 in die Winterferien. Die ersten Direktlieferungen nach Öffnung der Werke sind dann erst wieder möglich. Bei der Belieferung via Hamburg oder Streckenlieferungen bitten wir Sie, genügend Vorlauf einzuplanen und uns rechtzeitig zu benachrichtigen. Wir freuen uns auf den Jahresendspurt und das neue Jahr mit Ihnen!

Mehrwertsteuer: wieder auf 19 Prozent



Schlechte Nachrichten für die Food-Branche. Die Bundesregierung hat – trotz zuvor erfolgreich unterzeichneter Petition des Dehoga – nun beschlossen, die Mehrwertsteuer auf Speisen wieder auf 19 Prozent anzuheben.

Während der Corona-Krise war sie auf 7 Prozent gesenkt worden. „Diese Steuererhöhung auf Speisen ist ein fataler Irrweg, es wird in der Gastronomie zu Betriebsschließungen, steigenden Preisen, sinkenden Umsätzen und einem enormen Verlust an Arbeitsplätzen und Lebensqualität führen, gerade auch in ländlichen Regionen“, erklärt Angela Inselkammer, Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern: „Eine solche Entscheidung richtet sich gegen hunderttausende familiengeführte klein- und mittelständische Unternehmen, gegen Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie gegen Abermillionen Gäste.“

DEHOGA Bayern Landesgeschäftsführer Dr. Thomas Gepert ergänzt: „Die Haushaltssituation nach dem Urteil des

Bundesverfassungsgerichtsurteil ist sicherlich schwierig. Wir alle sind an den Grenzen unserer Möglichkeiten. Deshalb bräuchten wir dringend Steuergerechtigkeit und Entlastung. Das Gastgewerbe ist keine Kuh, die man endlos melken kann.“

Der DEHOGA Bundesverband hatte eine Petition gestartet, um für die 7 Prozent Mehrwertsteuer zu kämpfen. Das Mindestziel für die Einreichung einer Petition war erreicht worden. Und dennoch: Alle Bemühungen und alle Gespräche waren vergebens, die „alte“ Mehrwertsteuer kommt zurück.

PMM Community

Sie möchten uns eine Geschichte erzählen oder Erfahrungen aus der Branche mit uns teilen? Sie haben Feedback für uns? Fotos oder Stories? Wir möchten Sie einladen, den PMM-Marktbericht aktiv mitzugestalten, und wir freuen uns über jeden Beitrag, jede Anregung und jede Kritik. DANKE, dass Sie sich die Zeit zum Lesen genommen haben und ein Teil unserer PMM Community sind.

Ihr  von Paul M. Müller

Obwohl wir die von uns beanspruchten Quellen als verlässlich einschätzen, übernehmen wir für die Vollständigkeit und Richtigkeit der hier wiedergegebenen Informationen keine Haftung.