

Süßes oder saures?

Krisenstimmung in der Süßwarenbranche

Torben Gottschau & Leon Holtmann, Proventis Partners

1. Einleitung

Die deutsche Süßwarenbranche unterteilt sich auf vier verschiedene Warengruppen mit unterschiedlichen Subkategorien. Die wichtigste Warengruppe gemessen am Umsatz waren 2023 Kuchen und andere Backwaren, wie zum Beispiel Kekse und Cracker mit 6,9 Mrd. EUR, dicht gefolgt von Schokolade mit 5,6 Mrd. EUR und Zuckerwaren sowie Speiseeis mit einem Umsatz von 2,3 Mrd. EUR beziehungsweise 1,2 Mrd. EUR. Alle Warengruppen wiesen in den letzten Jahren ein robustes Umsatzwachstum von mehr als 6% auf. Auch für die kommenden Jahre ist dieser Trend ungebrochen.

Es bleibt festzuhalten, dass die Mehrheit der Deutschen, trotz oder gerade wegen des anhaltenden Trends zu einer bewussten und gesunden Ernährung, weiterhin Süßwaren konsumiert. Doch trotz Umsatzwachstum herrscht zum Teil Krisenstimmung in der Branche. Was sind die Gründe?

2. Regulatorik

Ein drohendes Werbeverbot für ungesunde Lebensmittel schwebt wie ein Damoklesschwert über der gesamten Branche. Im Frühjahr 2023 stellte Ernährungsminister Özdemir die Pläne für ein Werbeverbot für ungesunde Lebensmittel vor. Werbung für Lebensmittel mit zu viel Zucker, Fett und Salz soll zu bestimmten Zeiten im Fernsehen und online komplett verboten werden.

Zudem ist die Rede von einer Bannmeile um Kitas und Schulen, in der ein generelles Werbeverbot gelten soll. Es sollen vor allem Kinder und Jugendliche geschützt werden. 15% der 3-17-Jährigen in Deutschland leiden

mittlerweile an Übergewicht, fast 6% gelten sogar als adipös. Heute sehen sie die jungen Menschen im Durchschnitt 16-mal am Tag eine solche Werbung.

Ob ein Werbeverbot Abhilfe schaffen kann, ist fraglich. Branchenvertreter vermuten jedoch, dass durch ein Werbeverbot Marktanteile weiter zementiert werden könnten. Zudem drohen Investitionsstaus, denn warum soll in Produktneuheiten investiert werden, wenn diese nicht oder nur zum Teil beworben werden dürfen?

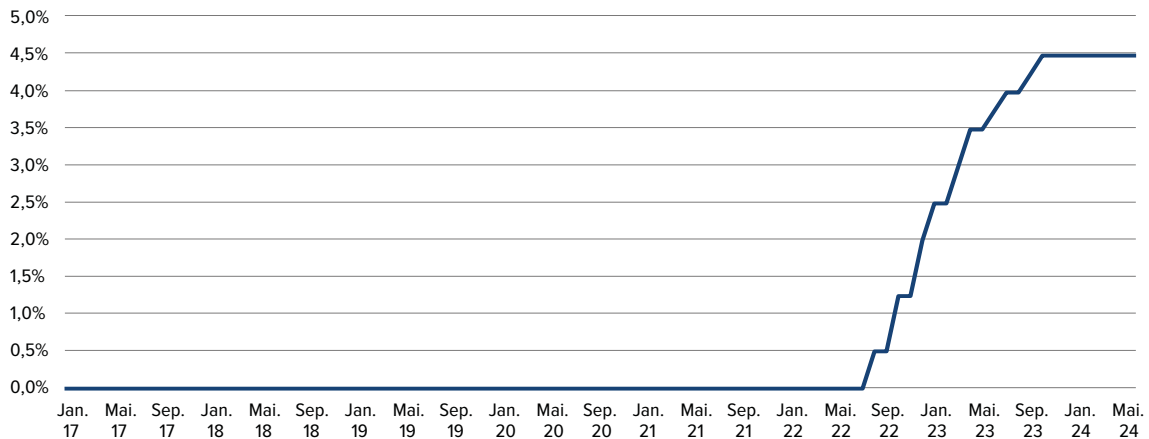
3. Personal

Wie viele andere Branchen leidet auch die deutsche Süßwarenbranche an Personalmangel. Es ist wenig qualifiziertes Personal für die Produktion in Deutschland zu finden. Zudem steigen die Personalkosten stetig. Erst am 7. Mai hat die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten die regionalen Tarifverträge aufgekündigt. Einheitliche bundesweite Tarifverhandlungen mit dem Bundesverband der Süßwarenindustrie mit einer deutlichen Erhöhung der Entgelte um 9,9%, mindestens jedoch 360 EUR pro Monat, werden gefordert.

Bereits im Juni letzten Jahres wurden die Löhne um 300 bis 350 EUR pro Monat für alle der circa 60.000 Beschäftigten der Branche erhöht. Diese Mehrkosten können nicht komplett an den Endkunden weitergegeben und sollen zum Teil durch Automatisierungen aufgefangen werden. Mittels modernerer Fertigungstechnik kann auf den Personalmangel reagiert werden. Hierfür ist Kapital notwendig. Zudem prüfen Unternehmen Einsparpotenziale in ihren Produktportfolien. Mittels einer Reduzierung der Komplexität und Harmonisierung der Produkte könnten weitere Kosten eingespart werden.

Abb. 1 • Entwicklung des Zinssatzes der Europäischen Zentralbank für das Hauptrefinanzierungsgeschäft seit Januar 2017

Quelle: EZB



4. Kostensteigerungen

Nach Jahren der Nullzinspolitik sind seit Juli 2022 die Zinsen wieder gestiegen. Dies trifft Saisonhersteller besonders hart. So müssen Hersteller von beispielsweise Schoko-Weihnachtsmännern oder Osterhasen, Lebkuchen und Printen ihre Produktion bis zu einem halben Jahr vorfinanzieren. Lange Zahlungsziele auf Kundenseite sorgen für eine weitere Verlängerung der Finanzierungsdauer.

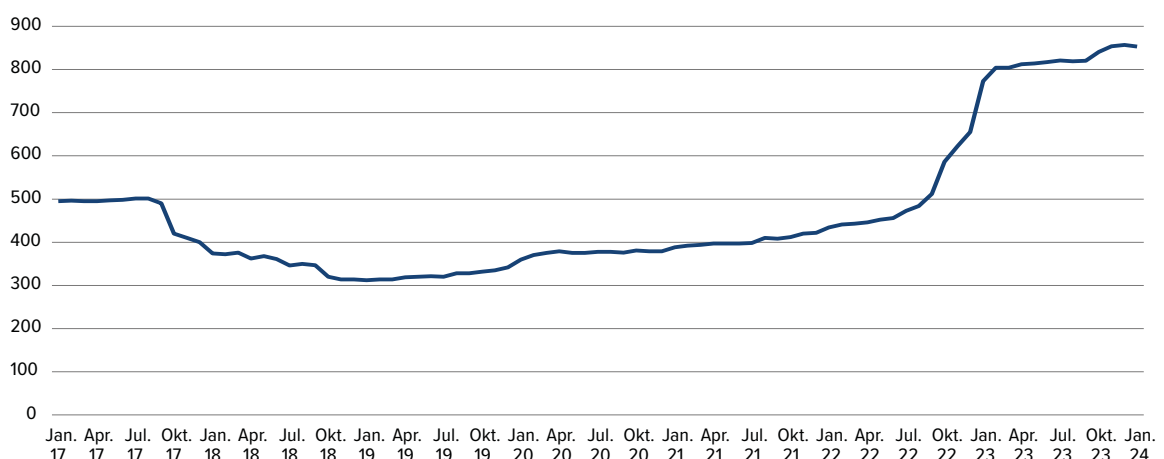
Neben den gestiegenen Finanzierungskosten treffen jedoch die Rohstoffpreise die Branche besonders hart.

Bis September 2017 regelte eine Zuckermarktverordnung der EU die Mindestpreise. Nach dem Wegfall sanken zunächst die Preise. Doch insbesondere in der zweiten Jahreshälfte 2022 gab es nahezu eine Verdopplung der Preise innerhalb weniger Monate. Zum einen haben Zuckerrohproduzenten wie zum Beispiel Brasilien oder Thailand ihre Exporte in die EU reduziert, da die Ethanolproduktion aus Zuckerrohr attraktiver geworden ist als der einfache Export. Zum anderen führen Dürreperioden zu gestiegenen Produktionskosten und niedrigeren Erträgen.



Abb. 2 • Zuckerpreisentwicklung EU in EUR pro Tonne seit Januar 2017

Quelle: Strube



Dieses Jahr ist ein ähnliches Phänomen bei den Kakaopreisen zu erkennen. Allein im Januar 2024 stieg der Weltmarktpreis für Kakobohnen und Kakaobohnenbruch um 73,4% im Vergleich zum Vorjahresmonat. In den Folgemonaten setzte sich der Trend fort. Bereits im März überstieg der Preis erstmals die Marke von 10.000 EUR pro Tonne.

Grund hierfür sind wie bereits zum Teil beim Zuckerpreisanstieg Missernten in Folge von Extremwetterereignissen. Mehr als die Hälfte des Weltangebots an Kakao entfällt auf die Elfenbeinküste und Ghana. Zusammen mit weiteren Nachbarländern entfallen circa zwei Drittel des Kakaoanbaus auf Westafrika. 2023 verzeichnete die Region starke Regenfälle; dieses Jahr herrscht eine besondere Trockenheit. Ein historischer Angebotsengpass ist die Folge.

Im April kam es dann jedoch zu einer Trendwende. Innerhalb weniger Tage stürzte der Preis um 27% ein. Am 22. April wurde der größte Preisrückgang seit Beginn der Datenaufzeichnung im Jahr 1960 verzeichnet. Der Kursrutsch war die Folge sinkender Liquidität im Markt aufgrund von höheren Sicherungsleistungen, mit denen offene Termingeschäfte abgesichert werden müssen. Ob es sich hierbei um eine nachhaltige Trendumkehr handelt oder dies nur eine kurzfristige Erleichterung für die Schokoladenhersteller darstellt, bleibt abzuwarten. Das Ende des Wetterphänomens El Niño könnte zudem zu einer nachhaltigen Erholung der Ernten in den kommenden Jahren beitragen.

Sowohl die extreme Volatilität der Rohstoffkosten als auch der rasante Anstieg der Finanzierungskosten reduzieren die Planungssicherheit der Branche signifikant. Auf Lieferanten- als auch auf Kundenseite werden vermehrt kurzfristige Verträge abgeschlossen oder die Kündigungsfristen reduziert. Die Branche befindet sich in einem permanenten Ausschreibungsprozess.

Planungssicherheit ist somit kaum gegeben. Trotzdem können Preissteigerungen nur zum Teil an den Lebensmitteleinzelhandel weitergegeben werden. Eine akzeptable Lösung für alle Parteien ist notwendig. Aufgrund des breiteren Produktportfolios haben Großkonzerne hier eine verbesserte Verhandlungsposition. Zudem können Preisstreitigkeiten zwischen Herstellern und dem Lebensmitteleinzelhandel von multinationalen Konzernen zumeist länger durchgesetzt werden.

5. Konsolidierung

Der Druck auf kleine und mittelständische Unternehmen wächst aufgrund der Marktentwicklung stetig und begünstigt eine weitere Konsolidierung. 2022 erwirtschafteten die 18 Großbetriebe mit mindestens 501 Mitarbeitern mehr als die Hälfte (51,3%) der Umsätze der deutschen Süßwarenbranche. Der restliche Umsatz verteilt sich auf 109 mittlere Betriebe (36,8%) mit bis zu 500 Mitarbeitern sowie auf Kleinbetriebe (11,9%) mit bis zu 100 Mitarbeitern.

Abb. 3 • Kakaopreientwicklung in EUR pro Tonne seit Januar 2020

Quelle: Finanzen.net



Abb. 4 • Ausgewählte Akquisitionen (teilw. Minderheiten) der Süßwarenbranche mit deutscher Beteiligung seit 2020

Quelle: Capital IQ, Mergermarket

Datum	Target	Käufer	Verkäufer
Jan 24	VOGEL'S Süße-Werbe-Ideen	Zertus Group	nicht genannt
Jan 24	Jahnke Süßwaren GmbH	Industrie & Handelsunion Dr. Wolfgang Boettger GmbH Co. KG	Ragolds Süßwaren GmbH
Dez 23	Goldeck Süßwaren	Wachstumsfonds Mittelstand Sachsen	VR Equitypartner
Sep 23	Kaba, Suchard Express and Benco	KRÜGER Group	Carambar & Co.
Aug 23	Jokolade	Katjes Group	Joachim Winterscheidt
Mai 23	mymuesli GmbH	Katjes Group	nicht genannt
Mai 23	Nutrisum	Ferrero Group	Laurens Spethmann Group
Mai 23	Laurens Spethmann Group	KRÜGER Group	Laurens Spethmann Group
Feb 23	yfood	Nestle	nicht genannt
Jan 23	Bodeta Süßwaren GmbH	asCom Confection GmbH	nicht genannt
Dez 22	Henkel Oral care	Katjes Group	Henkel
Sep 22	Well Plus Trade	Zertus Group	nicht genannt
Aug 22	Paluani	Katjes Group	nicht genannt
Jun 22	Genius Foods	Katjes Group	Verinvest
Apr 22	Ankerkraut	Nestlé	Stefan Lemcke
Dez 21	Sodanow	KRÜGER Group	nicht genannt
Nov 21	The Sun Valley Nut Company	Zertus Group	nicht genannt

Datum	Target	Käufer	Verkäufer
Nov 21	Lotao	Zertus Group	nicht genannt
Sep 21	the nu company	DLF Venture	nicht genannt
Aug 21	ariko GmbH	nicht genannt	nicht genannt
Apr 21	Dulcioliva	Katjes Group	Luigi Oliva
Feb 21	SAWADE GmbH	Fintura Corporate Finance GmbH	nicht genannt
Feb 21	Eichetti	Rübezahl Riegelein Group	nicht genannt
Jan 21	Schluckwerder	Valeo Foods	nicht genannt
Dez 20	Josef Manner	Privatstiftung Manner	Katjes Group
Dez 20	Produktion in Boizenburg	Sweet Tec Group	Continental Candy Industries Group
Nov 20	the nu company	ForestFinance	nicht genannt
Jul 20	BL Balanced Lifestyle	KRÜGER Group	nicht genannt
Jun 20	Divine Chocolate	Weinrich Schokolade	nicht genannt
Jun 20	Mars - Produktionseinheit	Ritter Sport	Mars
Mai 20	Cleanotec	HACK	Friedhelm Schmitt
Mai 20	Bübchen	Katjes Group	Galderma
Mar 20	Team Back	HACK	nicht genannt
Feb 20	Rosen Eiskrem GmbH	Schwarz Beteiligungs GmbH	DMK Deutsches Milchkontor
Feb 20	Georg Parlasca Keksfabrik	Auctus Capital Partners	Parlasca Family

Neben Generalisten wie Storck, der Krüger Group, Lambertz und Zertus gibt es Unternehmen, die auf einzelne Warengruppen fokussiert sind. So sind bei den süßen Backwaren Bahlsen und Griesson – de Beukelaer, im Bereich Schokolade Ritter Sport, bei den Zuckerwaren mit Haribo und im Speiseeis-Bereich Eisbär Eis marktführend. Daneben müssen sich die Firmen am deutschen Markt auch gegen starke multinationale Unternehmen wie Nestlé oder Ferrero behaupten.

Die Konsolidierung treiben insbesondere die Großunternehmen voran. Seit 2020 haben die Katjes Group sieben Akquisitionen, Zertus Group vier Akquisitionen sowie die Krüger Group vier Akquisitionen getätigt. Doch auch kleine und mittelständische Unternehmen der Süßwarenbranche nutzen M&A als Konsolidierungsinstrument, um neue Marktanteile sowie Mitarbeiter und Produktionskapazitäten zu gewinnen oder das Produktportfolio zu diversifizieren.

Im Januar 2024 übernahm die BOETTGER GRUPPE, zu der unter anderem die bekannte Traditionsmarke Cavendish & Harvey gehört, Jahnke Süßwaren. Ziel der Akquisition war die Erweiterung des Marken- und Produktportfolios sowie die Erweiterung der Produktionskapazitäten.

6. Fazit

Die deutsche Süßwarenindustrie wird wie in den vergangenen Jahren voraussichtlich auch in Zukunft flexibel auf externe Schocks reagieren müssen. Ein resilientes Geschäftsmodell ist mehr denn je von hoher Wichtigkeit. M&A wird auch in den kommenden Jahren eine entscheidende Rolle spielen. Als Teil einer größeren Gruppe kann die Wettbewerbsfähigkeit von kleinen und mittelständischen Unternehmen erhöht werden.



Torben Gottschau ist Partner im Hamburger Büro von Proventis Partners und verantwortlich für den Konsumgüter-Sektor.

Leon Holtmann ist Associate im Hamburger Büro von Proventis Partners und ist Teil des Konsumgüter-Teams.