

Convenience Food aus Polen will praktisch verpackt werden

22.02.2019

Inhalt

- ▶ Konjunktur in den Abnehmerbranchen
- ▶ Nahrungs- und Genussmittel
- ▶ Getreide, Backwaren, Nüsse, Trockenfrüchte
- ▶ Obst, Gemüse
- ▶ Pflanzliche Fette
- ▶ Milchprodukte
- ▶ Nichtalkoholische Getränke
- ▶ Süßwaren
- ▶ Haustierfutter
- ▶ Arzneimittel
- ▶ Kosmetika, Körperpflege- und Reinigungsmittel

Nahrungsmittelindustrie investiert weiter / Von Beatrice Repetzki

Warschau (GTAI) - Polens Konsumgüterproduzenten haben volle Auftragsbücher. Mit steigendem Output nimmt auch der Bedarf an Verpackungsmaschinen zu.

Konjunktur in den Abnehmerbranchen

Polen benötigt mehr moderne Verpackungsmaschinen, um den zunehmenden Output an Nahrungsmitteln, Getränken, Tabakwaren, Kosmetika, Haushaltschemie und Arzneien bewältigen zu können. Gleichzeitig wachsen die Ansprüche der Kunden im In- und Ausland, die Wert auf ästhetische und praktische Verpackungen legen. Umweltverträglichkeit gewinnt an Bedeutung. Die Prozesse werden auch angesichts des zunehmenden Fachkräftemangels verstärkt automatisiert. Die Verkäufe von fast moving consumer goods (FMCG) erreichten laut Angaben des Marktforschungsinstituts Nielsen 2017 in Polen einen Wert von 37,6 Milliarden Euro. Die Exporte von Agrarerzeugnissen und Nahrungsmitteln dürften 2019 eine Größenordnung von 30 Milliarden Euro erreichen.

Nahrungs- und Genussmittel

Die Nahrungsmittelindustrie investiert weiter. Ihre Aufwendungen sanken jedoch in den ersten drei Quartalen 2018 Angaben des polnischen Statistikamts GUS zufolge auf Zloty-Basis gegenüber Januar bis September 2017 nominal um 8,4 Prozent auf 1.080 Millionen Euro. Zugenommen haben dagegen die Investitionen in die Getränkeherstellung mit 3,2 Prozent auf 138 Millionen Euro, während die in die Tabakverarbeitung mit 211 Millionen

CONVENIENCE FOOD AUS POLEN WILL PRAKTISCH VERPACKT WERDEN

Euro stabil blieben (+0,1 Prozent). Laut GUS stiegen die Umsätze der Produzenten in allen drei Kategorien in den ersten elf Monaten 2018 gegenüber dem Vorjahreszeitraum: bei Nahrungsmitteln um 4,2 Prozent auf 49,94 Milliarden Euro, bei Getränken um 6,1 Prozent auf 4,49 Milliarden Euro und bei den Tabakwaren um 5,3 Prozent auf 1,53 Milliarden Euro.

Der Produzent von Weinen und Wodka Bartex plant für 2019 Investitionen von gut 2,8 Millionen Euro, um Roboter für die Palettierung einzusetzen. Der US-Konzern Pepsi Co. will mehrere Millionen Euro in sein Werk Frito Lay für Kartoffelchips in Grodzisk Mazowiecki bei Warschau investieren, vor allem in die Automatisierung. Ziel ist es, die dort täglich verarbeitete Menge von 750 Tonnen Kartoffeln zu erhöhen. Die Anzahl der großen polnischen Agrarbetriebe, mit denen Pepsi Co. zusammenarbeitet, soll von 67 auf 87 steigen. Derzeit produziert der Konzern in Polen über 65.000 Tonnen Kartoffelchips jährlich, wovon er die Hälfte in andere mittel- und osteuropäische Länder exportiert.

Polen stärkt seine Position als bedeutender Geflügelverarbeiter. Der Putenbetrieb Indykpol S.A. erhielt im Herbst 2018 die Genehmigung zum Ausbau seines Werkes in Olsztyn (Allenstein) für 27,9 Millionen Euro. Dank einer modernen Technologieline werden sich dort die Kapazitäten zum Schlachten und Zerlegen von derzeit 6.600 Tonnen auf 14.000 Tonnen monatlich vergrößern.

Die Polen legen Wert auf gesunde, natürliche Nahrungsmittel. Dennoch ging 2017 mit insgesamt 21.400 die Zahl der Hersteller ökologischer Erzeugnisse zurück (2016: 23.375), so die Angaben der Inspektion für Handelsqualität von Agrar- und Nahrungsmittelartikeln IJHARS. Darunter befanden sich 20.300 Agrarbetriebe, die 495.000 Hektar bewirtschafteten. Öko-Erzeugnisse werden mittlerweile neben Fachgeschäften auch von großen Handelsketten und in Discount-Märkten verkauft.

Produktion ausgewählter Nahrungsmittel (Menge in t, sofern nicht anders angegeben; Veränderung in %)

	2016	2017	Veränderung 2017/16
Geflügelfleisch (in 1.000 t)	2.797	3.038	8,6
Räucherfisch	97.885	82.922	-15,3
Marmelade (ohne Zitrusfrüchte)	42.700	60.455	41,4
Obst- und Gemüsesäfte (1.000 hl)	9.708	9.022	-7,1
Speiseeis (in 1.000 hl)	2.890	2.586	-10,5
Frische Backwaren (in 1.000 t)	1.591	1.549	-2,7
Nudeln	177.048	179.913	1,6
Ketchup und Tomatensaucen	135.029	136.217	0,9
Suppen, Bouillons, Präparate für diese	95.700	99.200	3,6
Provitamine, Vitamine und ihre Derivate	4.673	6.109	30,7

Quelle: GUS - Industrieproduktion

Getreide, Backwaren, Nüsse, Trockenfrüchte

Der lange heiße Sommer 2018 wirkte sich auch in Polen auf die pflanzliche Erzeugung aus. Die Ernte von Getreide und Getreidemischungen dürfte laut vorläufigen Schätzungen des GUS nur 24 Millionen Tonnen erreicht haben, rund 14 Prozent weniger als 2017. In den ersten zehn Monaten 2018 produzierten Bäckereien mit mindestens zehn Beschäftigten 860.000 Tonnen frische Backwaren, fast 2 Prozent mehr als von Januar bis Oktober

CONVENIENCE FOOD AUS POLEN WILL PRAKTISCH VERPACKT WERDEN

2017. Nicht erfasst werden die zahlreichen kleinen Bäckereien. In der Branche ist ein gewisser Konsolidierungstrend festzustellen. Der Verzehr zuhause von Backwaren wie Brot sank 2017 laut GUS pro Kopf auf monatlich durchschnittlich 3,3 Kilogramm. Gleichzeitig wird aber mehr davon in der Gastronomie vertilgt, wie zum Beispiel belegte Brötchen in den Bäckereien. Bäckereibetriebe mit mindestens zehn Beschäftigten setzten 2017 rund 2,4 Milliarden Euro um.

Snacks werden immer beliebter. Laut Nielsen verzehrten die Polen 2017 süße Snacks im Wert von 2.654 Millionen Euro (auf Zloty-Basis +4 Prozent) und salzige Zwischenmahlzeiten im Wert von 940 Millionen Euro (+9 Prozent). Verkauft wurden insgesamt 3,9 Milliarden Packungen mit Süßwaren und 1,2 Milliarden Packungen mit Kartoffelchips oder sonstigem Salzgebäck. Der Output an Chips stieg 2017 laut GUS um 10,8 Prozent auf 147.868 Tonnen.

Polnische Konsumenten fragen dabei zunehmend gesunde Snacks nach. Der Hersteller von Trockenfrüchten, Nüssen, Kernen und Körnern, Bakalland, kombiniert bei seinen Snacks verstärkt Früchte und Nüsse mit Schokolade, um dem Trend zu entsprechen. Solche süßen Mischungen bietet er in etlichen Variationen als Einzelportionen für unterwegs an.

Obst, Gemüse

Die Ernte von Bodengemüse 2018 schätzt GUS auf gut 4,2 Millionen Tonnen (-8 Prozent gegenüber 2017). Genauso groß dürfte die Menge des geernteten Baumobstes ausgefallen sein, was einer Steigerung um über die Hälfte entspricht. Von Sträuchern und in Beerenplantagen wurden gut 0,6 Millionen Tonnen gewonnen (+25 Prozent). Die gute Obsternte lässt eine steigende Verarbeitung erwarten. Bereits in den ersten elf Monaten 2018 nahm der Output an Obst- und Gemüsesäften gegenüber Januar bis November 2017 laut GUS um 20,7 Prozent auf 9,153 Millionen Hektoliter zu.

Die große Nahrungsmittelgruppe Hortex, die von dem Private Equity Fonds Mid Europa Partners übernommen wurde, will ihre Bereiche Säfte sowie Tiefkühlobst und -gemüse weiterentwickeln. Derzeit betragen die jährlichen Ausgaben der Polen für solche Tiefkühlerzeugnisse laut der Gruppe rund 209 Millionen Euro; hier bestehe noch großes Wachstumspotenzial. Der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch liege erst bei 2,2 Kilogramm. In ihrem Werk in Skierniewice installiert Hortex eine Produktionslinie für Tiefkühlkost für 4,7 Millionen Euro. Auch Fertiggerichte will Hortex künftig verstärkt anbieten. Im Bereich der Säfte, Nektare und Getränke, für die die Polen jährlich fast 1 Milliarde Euro ausgeben, plant Hortex Innovationen: Funktionelle Säfte und neue Verpackungen stehen auf der Agenda.

Pflanzliche Fette

Die Ernte von Raps und Rübsen dürfte laut GUS 2018 bei gut 2,2 Millionen Tonnen liegen (-16 Prozent gegenüber 2017). Speiseöl daraus ist ein wichtiges Produkt, für das nun weniger Rohstoffe zur Verfügung stehen. Die Produktion von Margarine und anderen pflanzlichen Streichprodukten sank laut GUS in den ersten elf Monaten 2018 gegenüber Januar bis November 2017 um 4,1 Prozent auf 297.000 Tonnen. Gleichzeitig stieg die von Butter um 5,1 Prozent auf 201.000 Tonnen.

CONVENIENCE FOOD AUS POLEN WILL PRAKTISCH VERPACKT WERDEN

Produktion und Export von Margarine und anderen Streichfetten und Butter (in 1.000 t)

	2013	2014	2015	2016	2017
Margarine, Produktion	432	421	348	359	335
Margarine, Export	130	122	134	129	129
Butter, Produktion	170	180	191	204	212
Butter, Export	32	36	41	45	57

Quelle: GUS

Die am häufigsten verkauften Margarinemarken waren 2017 Rama, Flora und Delma von Upfield (früher Unilever) sowie zwei des zum internationalen Bunge-Konzern gehörenden inländischen Herstellers ZT Kruszwica. Auf den weiteren Plätzen folgten die inländischen Produzenten ZT Bielmar sowie die beiden großen Molkereigenossenschaften Mlekovita und Mlepol (Mischprodukte). Die sinkende Inlandsnachfrage soll laut Euromonitor International in den kommenden Jahren anhalten.

Verkäufe von Margarine und anderen Streichfetten (ohne Butter, in Mio. Euro, pro Kopf in Euro)

	2015	2016	2017	2018 *)	2019 *)	2020 *)	2021 *)	2022 *)
Insgesamt	507	470	475	472	458	446	434	425
Pro Kopf	13,17	12,22	12,33	12,30	11,89	11,57	11,29	11,06

*) Prognose

Quelle: Euromonitor International

Milchprodukte

Polen exportiert 30 bis 40 Prozent seiner Molkereiprodukte. Im Jahr 2017 erzielte das Land mit 2,1 Milliarden Euro ein Plus von 32 Prozent. Rund 80 Prozent der Ausfuhren gehen in andere Länder der Europäischen Union (EU). Es dominieren Käse, Butter und Milchpulver. Ähnlich hoch sollen die Exporte auch 2018 und 2019 ausfallen, sagt Waldemar Bros, Vorsitzender des Landesverbands der Molkereigenossenschaften (Krajowy Związek Spółdzielni Mleczarskich, KZSM). Die Produktion und Verarbeitung von Milch wachse um 2 Prozent jährlich. Der Output an reifendem Käse erreichte in den ersten elf Monaten 2018 nach Angaben von GUS 316.000 Tonnen (+4,4 Prozent gegenüber Januar bis November 2017) und an Frischkäse sowie Quark 427.000 Tonnen (+2,8 Prozent).

Nichtalkoholische Getränke

Der Verbrauch von nichtalkoholischen Getränken erhielt durch den langen, heißen Sommer 2018 Auftrieb. Von November 2017 bis Oktober 2018 erhöhten sich die Verkäufe von Sprudelgetränken dem Marktforschungsinstitut Nielsen zufolge gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf fast 1 Milliarde Euro. Das entsprach auf Zloty-Basis einer Steigerung von 8,6 Prozent.

Am Markt für nichtalkoholische Getränke hält nach Angaben der Marktforscher von CMR Coca Cola mit 21 Prozent den größten wertmäßigen Anteil vor Maspex mit 19 Prozent und Pepsi Co. mit 11 Prozent. Weiter im Kommen sind Energy Drinks. Diese wurden von Juni 2017 bis Mai 2018 im Wert von 354 Millionen Euro verkauft; das

CONVENIENCE FOOD AUS POLEN WILL PRAKTISCH VERPACKT WERDEN

waren laut Nielsen auf Zloty-Basis 11,4 Prozent mehr als von Juni 2016 bis Mai 2017. Die führenden Hersteller davon sind FoodCare, Maspex und Red Bull.

Süßwaren

Der Konsum von Süßwaren nimmt zu, die Verkäufe erreichten laut Nielsen von November 2017 bis Oktober 2018 rund 2,82 Milliarden Euro. Das entspricht einer Steigerung von 4 Prozent auf Zloty-Basis gegenüber der entsprechenden Vorjahresperiode. Davon entfielen 1,56 Milliarden Euro auf nichtschokoladenhaltige Produkte (+3,9 Prozent) und 1,263 Milliarden Euro auf kakao-/schokoladenhaltige Erzeugnisse (+4,2 Prozent). Zunehmend gefragt sind Premiumprodukte in hochwertigen Verpackungen, deren Marktanteil zurzeit bei 18,1 Prozent liegt.

Die Kunden erwarten Verpackungen, die sich leichter öffnen lassen, und in denen das Produkt besser aufbewahrt werden kann, sagt der geschäftsführende Direktor von Lotte Wedel, Maciej Herman. Etwa 160 Betriebe stellen Süßwaren her. Die mengenmäßige Inlandsnachfrage decken Nielsen zufolge zu 77,1 Prozent die vier führenden in- und ausländischen Anbieter Lotte Wedel, Stollwerck, Kraft Foods und Nestle/Goplana ab. Auf den weiteren Plätzen folgen Terravita, Wawel, Fazer, Millano (Baron), Ferrero und andere.

Anteile einzelner Produktgruppen an den wertmäßigen Verkäufen von Süßwaren (in %) *)

Erzeugnis	Anteil
Kuchen, Gebäck	18,5
Tafeln Schokolade	15,8
Pralinen	15,3
Bonbons und Lutscher	12,5
Riegel	9,3
Waffeln	7,5
Kaugummi	5,8
Fertiggebäck, Kekse, Hörnchen	5,2
Schokoladenfiguren und -zusammenstellungen	4,4
Dragees	2,8
Müsli- und Spezialriegel	1,6
Chalwa und Sesamprodukte	1,2

*) von September 2017 bis August 2018

Quelle: Nielsen

Polen produzierte von Januar bis Oktober 2018 laut GUS 353.000 Tonnen Schokolade und Schokoladenprodukte (+9 Prozent gegenüber den ersten zehn Monaten 2017). Davon entfielen allein auf Schokolade (einschließlich weißer) 226.000 Tonnen (+10,3 Prozent). Der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch an Schokolade beträgt rund 5 Kilogramm; die Nachfrage danach nimmt jährlich um etwa 3 Prozent zu. Die Exporte von Schokolade steigen ebenfalls und erreichten 2017 Angaben von Eurostat zufolge 115.300 Tonnen. Davon gingen 18.700 Tonnen nach Deutschland und 12.100 Tonnen in das Vereinigte Königreich. Importiert wurden 128.100 Tonnen Schokolade, 40.800 Tonnen stammten aus Deutschland.

Haustierfutter

In polnischen Häusern leben laut Euromonitor International rund 7 Millionen Hunde und fast ebenso viele Katzen, die zunehmend mit Fertigfutter versorgt werden. Dabei greifen die Tierhalter immer häufiger zu Premiumprodukten, so der Verkaufsdirektor bei Vitakraft Chovex, Jerzy Nieradzik. Der Trend zu Convenience Food ist auch bei Haustierfutter spürbar, wobei verschiedene Geschmacksrichtungen und Zwischenmahlzeiten in immer kleineren Verpackungen portioniert werden. Polen exportiert große Mengen an Haustierfutter, das vor allem die Konzerne Nestle und Mars produzieren.

Produktion ausgewählter Getränke, Arzneimittel, Reinigungsmittel, Kosmetika (Menge in t, sofern nicht anders angegeben, Veränderung in %)

Erzeugnis	2016	2017	Veränderung 2017/16
Malz	401.000	440.000	9,7
Honiglikör (in hl)	8.423	8.817	4,7
Fermentierte Getränke (ohne Most, 1.000 hl)	1.098,3	1.040,9	-5,2
Wein aus Trauben (in hl)	148.869	155.079	4,2
Röstkaffee (mit Koffein)	82.744	93.176	12,6
Tee (verpackt)	35.093	35.050	-0,1
Verpackte pharmazeutische Kräuter	2.483	2.390	-3,8
Seife/ähnliche oberflächenwirksame Mittel	173.761	194.940	12,2
Wasch- und Reinigungsmittel, auch Seife enthaltend, für den Einzelhandel verpackt	748.567	763.471	2,0
Haarpflegemittel	177.133	170.246	-3,9

Quelle: GUS - Industrieproduktion

Arzneimittel

Die Umsätze der Apotheken sollen 2018 laut der Marktforschungsfirma PEX Pharma Sequence auf Zloty-Basis um fast 5 Prozent gegenüber 2017 auf gut 8 Milliarden Euro gestiegen sein. Gleichzeitig gibt es weniger Apotheken. Im November 2018 waren es 14.639 statt 14.970 im November 2017. Der Landesgesundheitsfonds (Narodowy Fundusz Zdrowotny, NFZ) dürfte 2018 Schätzungen zufolge den Patienten 2,1 Milliarden Euro für Medikamentenkäufe erstattet haben (+6,2 Prozent). Die größten Zuwächse verzeichnen weiterhin rezeptfreie Präparate. Diese werden vorwiegend von inländischen Unternehmen hergestellt.

CONVENIENCE FOOD AUS POLEN WILL PRAKTISCH VERPACKT WERDEN

Verkäufe der Apotheken (in Mio. Euro, Veränderung auf Zloty-Basis in %)

	Januar bis November 2018	Veränderung 1)	2018 2)	Veränderung 2)
Insgesamt, darunter	7.308	4,3	8.032	4,8
.Erstattungsfähige, rezeptpflichtige Arzneien	2.589	4,4	2.836	4,6
.Rezeptpflichtige Arzneien für Selbstzahler	1.594	2,6	1.749	3,7
.Rezeptfreie Präparate	3.069	5,0	3.385	5,3

1) gegenüber Januar bis November 2017; 2) Prognose, Veränderung zu 2017

Quelle: PEX Pharma Sequence

Die Marktforschungsfirma PMR erwartet auch in den kommenden Jahren steigende Apothekenumsätze: für 2019 rund 8,44 Milliarden Euro, im Folgejahr 8,8 Milliarden Euro und 2021 rund 9,2 Milliarden Euro. Ein wichtiges Segment unter den rezeptfreien Mitteln sind Nahrungsergänzungsmittel, zu denen nach Angaben von GUS rund drei Viertel der Polen greifen (davon 82,3 Prozent Frauen und 69,2 Prozent Männer). Der Hauptsanitärinspektor (Glowny Inspektor Sanitarny, GIS) erhält jährlich rund 7.000 Anträge für neue Nahrungsergänzungsmittel. Die wachsenden Verkäufe dieser Erzeugnisse übersteigen inzwischen 1 Milliarde Euro jährlich.

Kosmetika, Körperpflege- und Reinigungsmittel

Die Verkäufe von Körperpflegemitteln und Kosmetika werden sich 2019 auf 4,3 Milliarden Euro erhöhen, nach schätzungsweise 4,2 Milliarden Euro 2018, so Marktforscher Euromonitor International. Prognosen gehen laut der Marketing-Direktorin von Eveline Cosmetics, Karina Kozerska, von einem wertmäßigen Wachstum um jährlich 4 bis 5 Prozent auf Zloty-Basis bis 2020 aus. Am dynamischsten entwickelte sich bisher das Segment der dekorativen Kosmetik. Die meisten Verkäufe entfielen jedoch 2017 Euromonitor International zufolge auf Hautpflege- (22 Prozent) und Haarpflegeprodukte (18 Prozent).

Die polnische Fabrik von L'Oreal ist gemessen am mengenmäßigen Output (380 Millionen Stück pro Jahr) die weltweit größte des französischen Konzerns. Sowohl die internationalen Konzerne wie auch inländische Hersteller beliefern verstärkt das Ausland. Kozerska erwartet mittelfristig den größten Exportzuwachs ihrer Firma in Nahost und Afrika.

Ökologische Varianten erfreuen sich bei Körperpflegemitteln und Kosmetika einer wachsenden Beliebtheit. Das Laboratorium Naturella brachte kürzlich entsprechende Pflegeprodukte für Gesicht und Körper auf den Markt. Anfang 2019 erweitert Naturella seine Kapazitäten für 2,6 Millionen Euro. Zuvor schon bot das Unternehmen ökologische Putz- und Reinigungsmittel an. Polen geben für Öko-Haushaltschemie (einschließlich Waschmittel) insgesamt rund 2,1 Milliarden Euro pro Jahr aus, veranschlagt die Marktforschungsfirma PMR. Sie sollen bis 2021 jährlich auf Zloty-Basis um 2 Prozent zunehmen.

Mehr Informationen zum Land finden Sie unter: <http://www.gtai.de/Polen>. ▶

KONTAKT

Fabian Moepert

☎ +49 30 200099209

✉ [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2019 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.