

Südafrikas Verbrauchern vergeht der Appetit

04.04.2017

Inhalt

- ▶ Bei überschuldeten Haushalten ist Ebbe im Portemonnaie
- ▶ Lebensmittelproduzenten investieren zurückhaltend
- ▶ Kostenreduzierung ist das Gebot der Stunde
- ▶ Brot und Backwaren bei Südafrikanern hoch im Kurs
- ▶ Schwierige Zeiten für die Geflügelbranche
- ▶ Getränkeindustrie fürchtet geplante Zuckersteuer
- ▶ Boom bei Milch- und Molkereiprodukten hält an

Dürre lässt Lebensmittelpreise explodieren / Nahrungsmittelhersteller investieren am ehesten in Modernisierung / Von Heiko Stumpf

Johannesburg (GTAI) - Die südafrikanischen Konsumenten müssen für Lebensmittel derzeit tief in die Tasche greifen. Oft reicht das verfügbare Einkommen kaum zur Beschaffung des nötigsten. Deshalb halten sich Nahrungsmittelproduzenten mit Investitionen in neue Anlagen zurück. Der Fokus liegt auf Maßnahmen zur Effizienzsteigerung. Bei den Besserverdienenden werden Brot und Backwaren sowie Milch- und Molkereiprodukte immer beliebter. Von Sorgen geplagt sind die Geflügelwirtschaft und die Getränkebranche.

Das Geschäftsumfeld für die südafrikanischen Nahrungsmittelproduzenten bleibt 2017 schwierig. Mit einem schwachen Wirtschaftswachstum von prognostizierten 1% wird auch der Lebensmittelkonsum kaum zulegen können. Steigende Arbeitslosigkeit und eine hohe Inflationsrate sorgen für stagflationäre Tendenzen und belasten das Konsumklima.

Aufgrund der dürrebedingten Ernteauffälle stiegen insbesondere die Preise für Lebensmittel und nicht-alkoholische Getränke im Jahresverlauf 2016 massiv an auf durchschnittlich 11,6% (allgemeine Inflationsrate 6,4%). Experten erwarten, dass es auch in den ersten Monaten 2017 noch zu überdurchschnittlichen Zuwächsen bei den Lebensmittelpreisen kommen kann.

Dies belastet insbesondere die Kaufkraft der unteren Einkommensschichten, die bis zu 40% ihres monatlichen Budgets für Lebensmittel ausgeben müssen. Nach dem Wirtschaftsforschungsinstitut Bureau of Market Research (BMR) der University of South Africa (Unisa) müssen rund 94% der südafrikanischen Haushalte als potenzielle negativ Sparer (Dis-Savers) eingestuft werden, deren verfügbares Einkommen kaum reicht, das nötigste zu beschaffen. Die Verbraucher sind durch zahlreiche Kostenspiralen für Strom, Transport, Bildung und private Krankheitsvorsorge belastet; infolge leerer Staatskassen sind für 2017 zudem weitere Steuererhöhungen angekündigt. Die Sparquote befindet sich bereits seit 2006 fortlaufend im roten Bereich.

Bei überschuldeten Haushalten ist Ebbe im Portemonnaie

Viele Haushalte hatten in den vergangenen Jahren Schulden aufgenommen, um sich kurzlebige Konsumgüter wie Lebensmittel leisten zu können - oft zu horrenden Zinssätzen. Zwar entwickelt sich die Zahl der Verbraucher mit Zahlungsschwierigkeiten seit Mitte 2015 rückläufig, noch immer gelten aber 9,5 Mio. südafrikanische Haushalte als überschuldet.

Der Abbau des angehäuften Schuldenberges wird auch 2017 einen beachtlichen Teil der Kaufkraft binden. Nach Angaben der Schuldenberatung Debt Rescue müssen verschuldete Haushalte teilweise über 75% ihres verfügbaren Einkommens in die Rückzahlung von Krediten stecken. Wie stark die privaten Haushalte unter den finanziellen Belastungen leiden, zeigte sich sehr anschaulich am 25.11.16 bei der landesweit von Einzelhändlern durchgeführten Rabattaktion "Black Friday 2016". Angelockt von Sondergeboten gab es in vielen Shopping-Malls tumultartige Szenen, insbesondere die Supermärkte brachen unter dem Ansturm fast zusammen.

In diesem schwierigen Konsumklima berichten Nahrungsmittelhersteller von Problemen, die stark steigenden Inputpreise für Roherzeugnisse an die Verbraucher weiterzugeben. Durch die dürrebedingten Ernteauffälle verteuern sich insbesondere Ausgangsstoffe wie Mais, Weizen oder Futtermittel. 2016 schossen die Produzentenpreise für die Lebensmittelhersteller gegenüber dem Vorjahreswert um durchschnittlich 9,9% in die Höhe. Die südafrikanische Presse berichtete 2016 über das Phänomen einer "Shrinkflation", da Produzenten in vielen Fällen zu einer Schrumpfung der Verpackungsgrößen und Füllmengen greifen.

Lebensmittelproduzenten investieren zurückhaltend

Angesichts des schwierigen Marktumfeldes halten sich die Unternehmen mit Maschineninvestitionen zurück. Die Ausgaben der Hersteller verzeichneten 2015 gegenüber dem Vorjahreswert ein nominales Minus von 2,2%. Mit umgerechnet insgesamt 0,6 Mrd. Euro bewegten sich die bereitgestellten Gelder auf niedrigem Niveau. Im Jahr 2013 hatte Stats SA noch rund 50% mehr ausgewiesen. 2016 dürften die Ausgaben weiter stagniert haben, wobei Zahlen erst im November 2017 vorliegen werden. Die Regierung plant derzeit ein spezielles Förderprogramm für die Lebensmittelindustrie, das über finanzielle Zuschüsse die Investitionstätigkeit ankurbeln soll.

SÜDAFRIKAS VERBRAUCHERN VERGEHT DER APPETIT

Maschinen- und Ausrüstungsinvestitionen der südafrikanischen Lebensmittelindustrie 2015 (in Mio. Euro) *)

Sektor	Investitionssumme
Fleisch und Fleischprodukte	24,1
Fisch und Fischprodukte	4,3
Verarbeitung von Früchten und Gemüse	26,5
Herstellung pflanzlicher und tierischer Fette und Öle	20,5
Milch- und Molkereiprodukte	49,0
Getreide- und Stärkeprodukte	28,2
Tierfutter	32,9
Back- und Teigwaren	86,1
Zucker, Schokolade und Süßwaren	35,4
Sonstige Lebensmittel	57,4
Spirituosen, Wein	63,8
Bier, Malzgetränke	126,5
Softgetränke, Wasser	47,5

*) Umgerechnet zum Jahresdurchschnittskurs 2015: 1 Euro = 14,480 Rand

Quelle: Stats SA

Bedarf für Kapazitätsaufstockung besteht jedoch lediglich vereinzelt, denn insgesamt ist die Auslastung in der Lebensmittelindustrie derzeit nur unzureichend. In den ersten drei Quartalen 2016 konnten nach Umfragen von Stats SA nur rund 83% der installierten Kapazitäten genutzt werden. Fehlende Nachfrage wird als Hauptgrund genannt. Investive Gelder fließen deshalb vor allem in die Modernisierung und Verbesserung bestehender Anlagen, insbesondere um operative Effizienzsteigerungen zu erzielen.

Kostenreduzierung ist das Gebot der Stunde

Kosteneinsparungen stehen auf der Prioritätenliste von Tiger Brands ganz oben, umreißt Noel Doyle, Chief Financial Officer (CFO) die Unternehmensstrategie für 2017. In den letzten drei Jahren hatte Tiger Brands bereits Einsparungen von rund 48,3 Mio. Euro erzielt, sieht die Potenziale aber noch lange nicht ausgeschöpft.

Das Unternehmen gehört mit einer Reihe von weiteren breit aufgestellten Produzenten, wie Pioneer Foods, Rhodes Food und AVI, zu den wichtigsten Abnehmern für Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen. Hinzu kommen noch internationale Branchengrößen wie Nestlé mit allein sieben Fabrikationsstätten in Südafrika. Dank der Fokussierung auf Effizienzmaßnahmen erzielen die großen südafrikanischen Lebensmittelhersteller trotz der schwierigen Ausgangslage solide Geschäftsergebnisse und arbeiten weiterhin sehr profitabel.

So konnte Tiger Brands im Geschäftsjahr 2016 das operative Ergebnis um 5% steigern, der Umsatz verzeichnete ein Plus von 11% auf circa 2,2 Mrd. Euro. Mit 41 Marken und 41 Produktionsstätten ist Tiger Brands der größte Lebensmittelhersteller am Kap. Die Produktpalette reicht von Backwaren und Nudeln zu Snacks, Konserven, Saucen und Wurstwaren.

SÜDAFRIKAS VERBRAUCHERN VERGEHT DER APPETIT

Seit 2008 setzte Tiger Brands stark auf eine Expansion in Afrika und tätigte Übernahmen in Nigeria, Kenia und Äthiopien. Analysten kritisieren, dass das Unternehmen dabei viel Geld verbrannte und den Heimatmarkt vernachlässigte. Wettbewerber wie Pioneer Foods und Rhodes Food konnten Marktanteile gewinnen. Mit dem neuen CEO Lawrence McDougall will Tiger Brands den Fokus wieder auf Südafrika legen, wo noch immer rund 80% des Umsatzes erwirtschaftet werden.

Branchenkennner erwarten, dass die Gesellschaft verstärkt auf eine Erneuerung und Erweiterung der Produktpalette setzt. Die investiven Gelder steigen bereits: 2017 soll mit 131,7 Mio. Euro mehr als doppelt so viel in die Hand genommen werden wie im Jahr zuvor. Damit könnten verstärkt expansive Projekte angepackt werden.

Beim Konkurrenten Pioneer Foods wurde zuletzt ebenfalls verstärkt in den Ausbau der Anlagen investiert. Der Anteil der Erweiterungsinvestitionen stieg 2016 auf rund 58%, nachdem 2015 auch bei Pioneer die Erneuerung im Zentrum (72%) gestanden hatte. Die Vorhaben von Tiger Brands und Pioneer Foods haben insbesondere die Modernisierung und den Ausbau der Bäckereien im Visier.

Brot und Backwaren bei Südafrikanern hoch im Kurs

Brot und Backwaren erfreuen sich bei den südafrikanischen Verbrauchern steigender Beliebtheit. Der Konsum legte 2016 volumenmäßig um rund 4% zu. Während Südafrika zur Jahresmitte 2015 noch 180 Mio. Brotlaibe pro Monat produzierte, waren es Mitte 2016 bereits 187 Mio. Tiger Brands und Pioneer halten einen Marktanteil von jeweils rund 32%. Der Wettbewerber Premier Mills kommt auf circa 20%.

Zu einem immer wichtigeren Abnehmer für Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen entwickelt sich die Rhodes Food Group. Das Unternehmen verfügte Ende 2016 bereits über zwölf Produktionsanlagen in Südafrika und befindet sich auf rasantem Wachstumskurs. Zum Ausbau des Produktportfolios wurden in den vergangenen zwei Jahren insgesamt acht Übernahmen getätigt. Das durchschnittliche Umsatzwachstum der letzten fünf Jahre erreichte beachtliche 27,7%.

Eine Stärke von Rhodes liegt in der Herstellung von Fertiggerichten für die Premium-Supermarktkette Woolworth. Die Kaufkraft der höheren Einkommensschichten erweist sich in der gegenwärtigen Wirtschaftsschwäche als sehr robust, sodass dieses Marktsegment gute Wachstumschancen verspricht.

Mit Famous Brands ist zudem ein weiterer diversifizierter Nahrungsmittelhersteller im Entstehen begriffen. Das Kerngeschäft liegt im Fastfood-Bereich mit zahlreichen Ketten wie Wimpy (Burger), Steers (Burger), Debonairs (Pizza) oder Fishaways. Insgesamt verfügt Famous Brands über mehr als 2.600 Restaurants, davon 2.171 in Südafrika.

Derzeit betreibt das Unternehmen eine Strategie der vertikalen Integration und baut eine eigene Wertschöpfungskette für die Erzeugung von Nahrungsmitteln auf. Dazu zählt die Übernahme von Lamberts Bay Foods (Pommes Frites) sowie einer Fabrik für Tomatensauce in Port Elizabeth. Auch in Zukunft will Famous Brands in eigene Herstellungskapazitäten investieren. Das Unternehmen verfügt bereits über Produktionsstätten für Fleisch, Backwaren, Käse und Fruchtsäfte.

Schwierige Zeiten für die Geflügelbranche

Während sich die breit aufgestellten Lebensmittelerzeuger in einem gesunden Zustand befinden, hat die Geflügelindustrie mit großen Schwierigkeiten zu kämpfen. Man sei in einer bislang noch nicht dagewesenen Krise, erklärt Miles Dally, Geschäftsführer des größten Produzenten RCL Foods in der Presse. Das Unternehmen will 15 seiner 25 Geflügelfarmen schließen und 2017 rund 1.250 Mitarbeiter entlassen. Der zweitgrößte Hersteller Astral

SÜDAFRIKAS VERBRAUCHERN VERGEHT DER APPETIT

Foods plant, rund 1.500 Beschäftigte freizustellen. Rund ein Dutzend kleinere Unternehmen mussten nach Angaben der South African Poultry Association (SAPA) in den letzten Monaten aufgeben.

Ein zentrales Problem sind stark gestiegene Preise für Futtermittel, die industrieweit rund 70% der Produktionskosten ausmachen. Zudem beklagt SAPA die wachsenden Importe von Geflügelfleisch, insbesondere aus der EU und Brasilien. Während in Europa vor allem Hähnchenbrust nachgefragt wird, gelten in Südafrika die Hähnchenkeulen als besonders schmackhaft.

Die SAPA wirft ausländischen Herstellern vor, diese Teile zu Dumping-Preisen nach Südafrika zu liefern und die Geschäftsgrundlage der heimischen Unternehmen zu zerstören. Die Importquote dürfte mittlerweile bei rund 30% der lokalen Nachfrage liegen. Ende 2016 belegte Südafrika Geflügelimporte aus der EU mit vorläufigen Schutzzöllen von 13,9%. Industrievertretern geht dies noch nicht weit genug, SAPA hält Abgaben von 37% für erforderlich.

Geflügelfleisch ist in Südafrika ein großes Geschäft, pro Tag werden rund 2,7 Mio. Hähnchen verspeist. Annähernd 60% des Absatzes erfolgen als Individually Quick Frozen Portions (IQF). Insbesondere unter der schwarzen Bevölkerung erhält Geflügel den Vorzug vor Rind- oder Schweinefleisch. Das BFAP erwartet einen Anstieg des jährlichen Verbrauchs von etwa 1,9 Mio. t in 2015 auf 2,5 Mio. t in 2025. Dies würde einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 42 kg entsprechen. Damit die heimische Geflügelindustrie profitieren kann, empfehlen Branchenkenner eine wettbewerbsfähigere lokale Futtermittelproduktion durch verstärkten Sojaanbau.

Getränkeindustrie fürchtet geplante Zuckersteuer

Von Sorgen geplagt ist auch die Getränkeindustrie, welche die für April 2017 geplante Einführung einer Zuckersteuer fürchtet. Danach sollen zuckerhaltige Getränke wie Limonade mit einer Sondersteuer von circa 20% pro Liter belegt werden. Die Regierung will so gesundheitliche Missstände wie steigendes Übergewicht und damit verbundene chronische Krankheiten bekämpfen. Die Beverage Association of South Africa (BevSA) warnt in einer Studie hingegen vor dem Verlust von 28.000 Arbeitsplätzen. Das Absatzvolumen von Softdrinks könnte um rund 26% zurückgehen.

Hersteller von Erfrischungsgetränken sehen in Afrika einen wichtigen Zukunftsmarkt mit steigenden Absätzen. Coca-Cola will im Zeitraum 2010 bis 2020 rund 17 Mrd. US\$ auf dem Kontinent investieren. Südafrika dient dabei als wichtige Produktionsbasis.

Das Unternehmen warnte bereits, dass einige Standorte in Südafrika bedroht sein könnten. Coca-Cola hatte erst kürzlich 14,2 Mio. Euro in die Abfüllanlage in Durban investiert und damit die Kapazität um 150% erhöht. Nun ist der Ausbau der Betriebsstätte in Port Elizabeth vorgesehen. Kritiker halten die Befürchtung eines massiven Nachfrageeinbruchs bei Softdrinks jedoch für übertrieben, da die Hersteller ihre Rezepte anpassen können. Wenn die Verbraucher auf andere Produkte ausweichen, könnten vor allem die Bereiche Mineralwasser und Fruchtsäfte profitieren.

Boom bei Milch- und Molkereiprodukten hält an

Ein langfristiger Wachstumsmarkt bietet sich für Milch- und Molkereiprodukte wie Joghurt und Käse. Bereits in den vergangenen zehn Jahren stieg der Konsum um insgesamt 35%. Milchprodukte symbolisieren in Südafrika den Aufstieg in den Mittelstand. Steigende Nachfrage kommt von Konsumenten mit festem Einkommen, die die traditionelle Ernährungsweise des "Pap and Chicken" um neue Produkte ergänzen wollen.

Mit dem Wachstum der schwarzen Mittelschicht wird der Bedarf deshalb weiter steigen. Südafrika erzielte im letzten Jahrzehnt eine hohe gesellschaftliche Mobilität. Zwischen 2005 und 2015 ging der Anteil der Haushalte

SÜDAFRIKAS VERBRAUCHERN VERGEHT DER APPETIT

in den unteren Einkommensklassen (Haushaltseinkommen bis 207 Euro) um 70% zurück. Diese Tendenz wird sich, wenn auch mit langsamerem Tempo, fortsetzen.

Das BFAP erwartet für Käseprodukte bis 2025 einen Verbrauchsanstieg um 38% auf circa 130.000 t. Die südafrikanischen Molkereibetriebe dürften ihre Kapazitäten deshalb weiter ausbauen. Der Analyst Anthony Clark (Vunani Security) sieht dabei einen zunehmenden Zweikampf zwischen den Herstellern Clover und Danone zu Lasten anderer Anbieter wie Parmalat

Clover hatte in den vergangenen Jahren bereits massiv in seine zwölf südafrikanischen Fertigungsstätten investiert und verkündet im Geschäftsbericht 2016 teilweise zweistellige Volumensteigerungen (insbesondere für Käseprodukte und Joghurt). Die Kapazitäten der Joghurtherstellung in Bloemfontein werden bis 2018 weiter ausgebaut. Längerfristig will Clover die weit im Land verstreuten Produktionsstätten zentralisieren, was zu weiteren Investitionen führen dürfte.

(He.St.)

KONTAKT

Edith Mosebach

☎ +49 228 24 993 288

✉ [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.