

# Marktbericht Februar

## a) Allgemeines

Nach Berechnungen des Frankfurter Marktforschungsunternehmens Trade Dimensions hat sich der im Inland erzielte **Bruttoumsatz der deutschen Lebensmittelhändler 2014** gegenüber dem Vorjahr um 2,6 % auf insgesamt 247,2 Mrd. Euro erhöht. Knapp 75 Prozent der Gesamtumsätze, also rund 185 Mrd. Euro, resultieren aus dem Verkauf von Nahrungsmitteln (Food-Waren). Allein die Top 10 der Unternehmen mit den höchsten Food-Umsätzen verkauften mit über 161 Mrd. Euro etwa 87 Prozent aller Lebensmittel. Marktführer ist mit großem Vorsprung die Edeka-Gruppe mit Verkaufserlösen von 47,0 Mrd. Euro und einer Steigerung von 2,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Erstmals schließt sich die Schwarz-Gruppe (Lidl, Kaufland) mit 27,7 Mrd. Euro Umsatz und einer Erhöhung um 6,4 Prozent als zweitplatziertes Unternehmen an. Auf Rang drei folgt die Rewe-Gruppe (27,6 Mrd. Euro; + 2,8 %) vor Aldi Nord und Süd (22,6 Mrd. Euro; + 1,9 %). Die höchsten relativen Zuwächse konnten die Drogeriemarktketten dm (+ 9,6 %) und Rossmann (+ 8,4 %) erzielen. Den geringsten Food-Umsatzzuwachs aller Einzelhändler unter den Top 10 verzeichnete die Metro-Gruppe (+ 0,2 %; 10,8 Mrd. Euro).

## b) Milch

Im Februar sank der **Erzeugerpreis für Milch** (4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß) nach ersten Schätzungen im Vergleich zum Vormonat um 0,30 Ct/kg auf 31,80 Ct/kg. Gegenüber dem vergleichbaren Wert im Vorjahr war er um 8,83 Ct/kg bzw. 21,7 % niedriger.

Die Verkaufspreise für **Magermilchpulver** zogen im Monatsverlauf spürbar an. Die verringerte Produktion und die stetige Nachfrage der Lebensmittelindustrie brachten den Aufschwung. In Folge der anhaltenden Schwäche des Euros gegenüber dem US-Dollar war Magermilchpulver auf dem Weltmarkt wettbewerbsfähig.

Die Verkaufspreise für **Butter** stiegen am Ende des Berichtsmonats. Insbesondere der Mengenabsatz bei abgepackter Ware verlief zügig. Der niedrige Euro-Wechselkurs begünstigte auch die internationale Nachfrage.

Die Preise für **Emmentaler** sanken im Februar trotz der regen Nachfrage und lagen deutlich unter dem Vorjahresniveau. Die anderen Käsesorten konnten bei der insgesamt guten Absatzentwicklung ihre Preise überwiegend halten.

## c) Vieh und Fleisch

Die Auszahlungspreise für **Jungbullen** machten im Berichtsmonat einen Preissprung. Das knappe Angebot bestimmte die Richtung der Notierungen.

Die Preise für **Schlachtkühe** erreichten im Berichtszeitraum wieder das Vorjahresniveau. Das verringerte Angebot konnte trotz der rückläufigen Exportabsätze im Inland flott vermarktet werden. Bedarf war insbesondere bei Verarbeitungsfleisch.

Die Marktpreise bei **Nutzkälbern** erhöhten sich im Monatsverlauf und blieben über dem Vorjahresniveau. Das verminderte Angebot und die feste Nachfrage stärkten die Preise.

Die Preise bei **Schlachtschweinen** erlangten im Berichtszeitraum wieder die Höhe des Vorjahres. Die Ankündigung der Lagerkostenzuschüsse für die PLH belebte den Markt.

Die Erzeugerpreise für **Ferkel** stiegen im Monatsverlauf erheblich an. Das verringerte Angebot und der Preisverlauf bei den Schlachtschweinen waren dafür verantwortlich.

## d) Pflanzliche Erzeugnisse

Trotz der weltweit guten Versorgungslage und der konstanten Wareterminotierungen sanken die Erzeugerpreise für **Backweizen** und **Braugerste** unter das Preisniveau des Vormonats. Mühlen und Mälzer hielten sich mit Käufen zurück. Nach Schätzung des Internationalen Getreiderats für das WJ 2014/15 wird die globale Getreideerzeugung mit 2 006 Mio. t einen Rekord erzielen und um 30 Mio. t über dem erwarteten Verbrauch liegen.

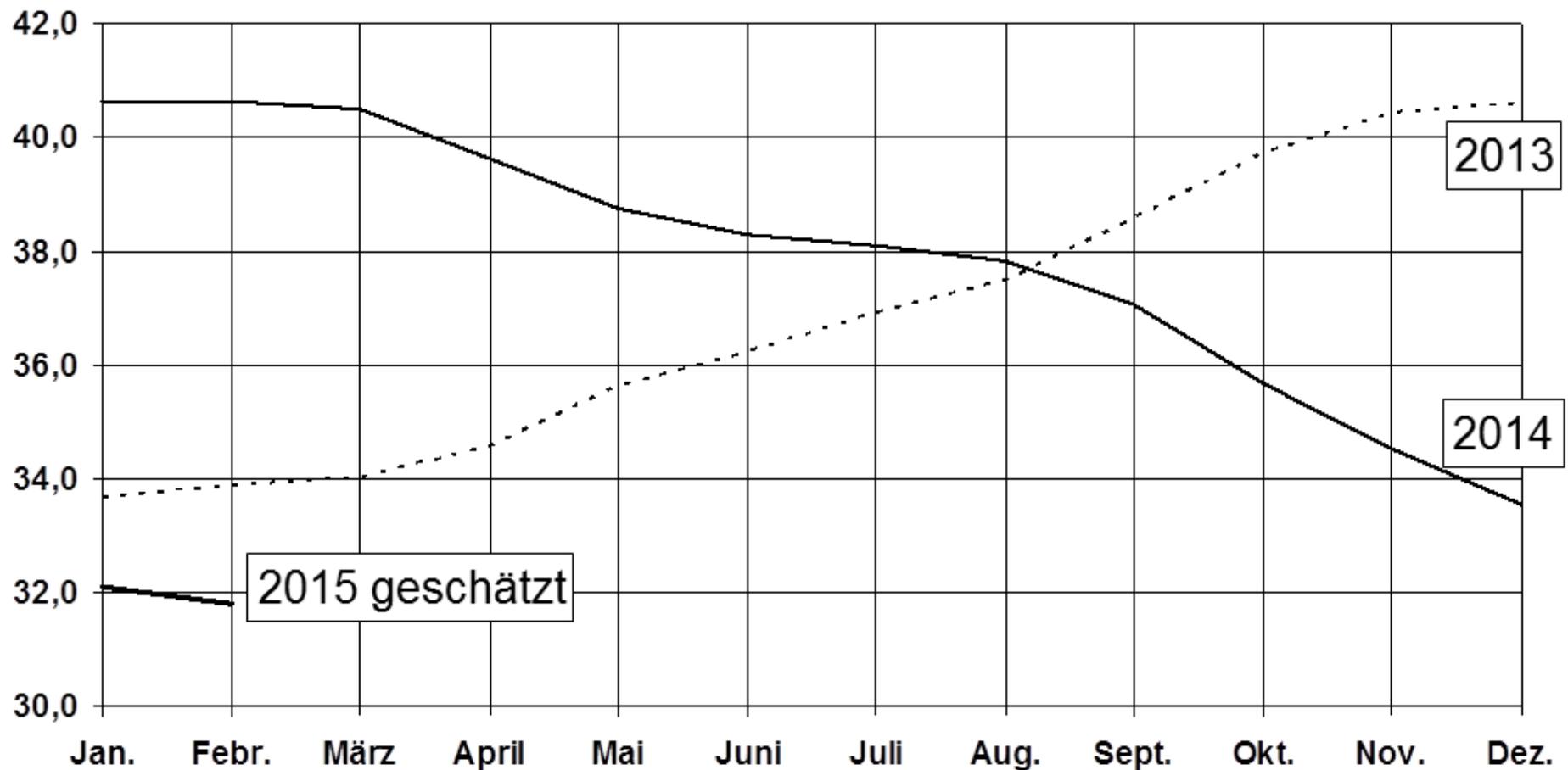
## e) Private Nachfrage und Verbraucherpreise

Bei der mengenmäßigen Veränderung der privaten **Nachfrage** in Deutschland von Januar bis Februar war fast die Hälfte der ausgesuchten Nahrungsmittel gegenüber dem Vorjahreszeitraum im positiven Bereich. Insbesondere Butter stach dabei hervor.

Die **Verbraucherpreise** der ausgewählten Lebensmittel in Deutschland sanken im Februar gegenüber dem Vorjahresmonat größtenteils. Zweistellige Preissenkungen verbuchten Butter, (Bio)-Äpfel, (Bio)-Speisefrükartoffeln sowie Frischmilch.

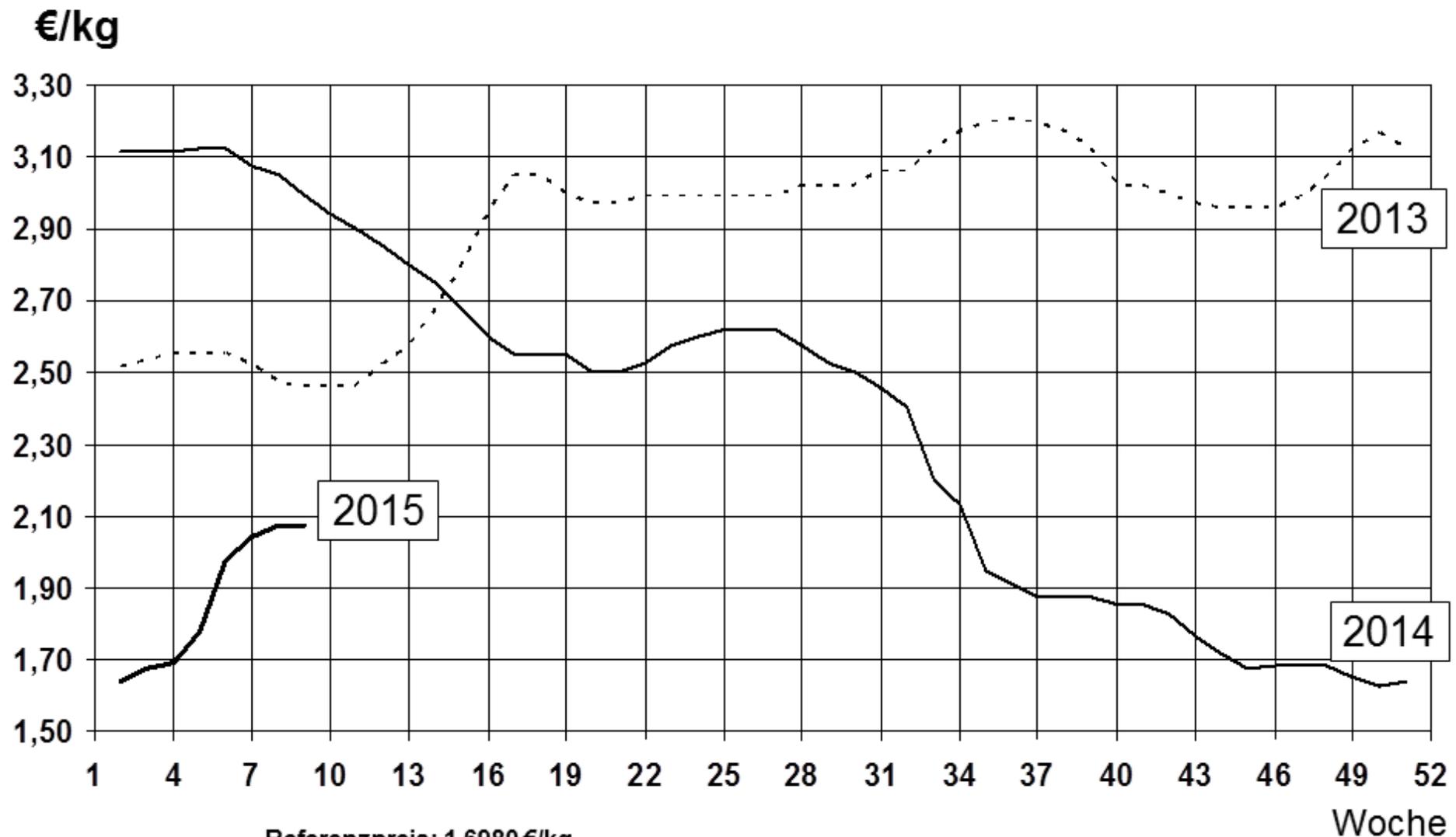
# Erzeugerpreis\* für Milch in Bayern

€/100 kg



\* Erzeugerpreis für Kuhmilch konventionell ab Hof mit einem Fett- und Eiweißgehalt von 4,0 % bzw. 3,4 %, Erzeugerstandort, ohne Abschlusszahlungen, Rückvergütungen und ohne MwSt.  
Quelle: BLE, AMI.

# Verkaufspreise für Magermilchpulver\*

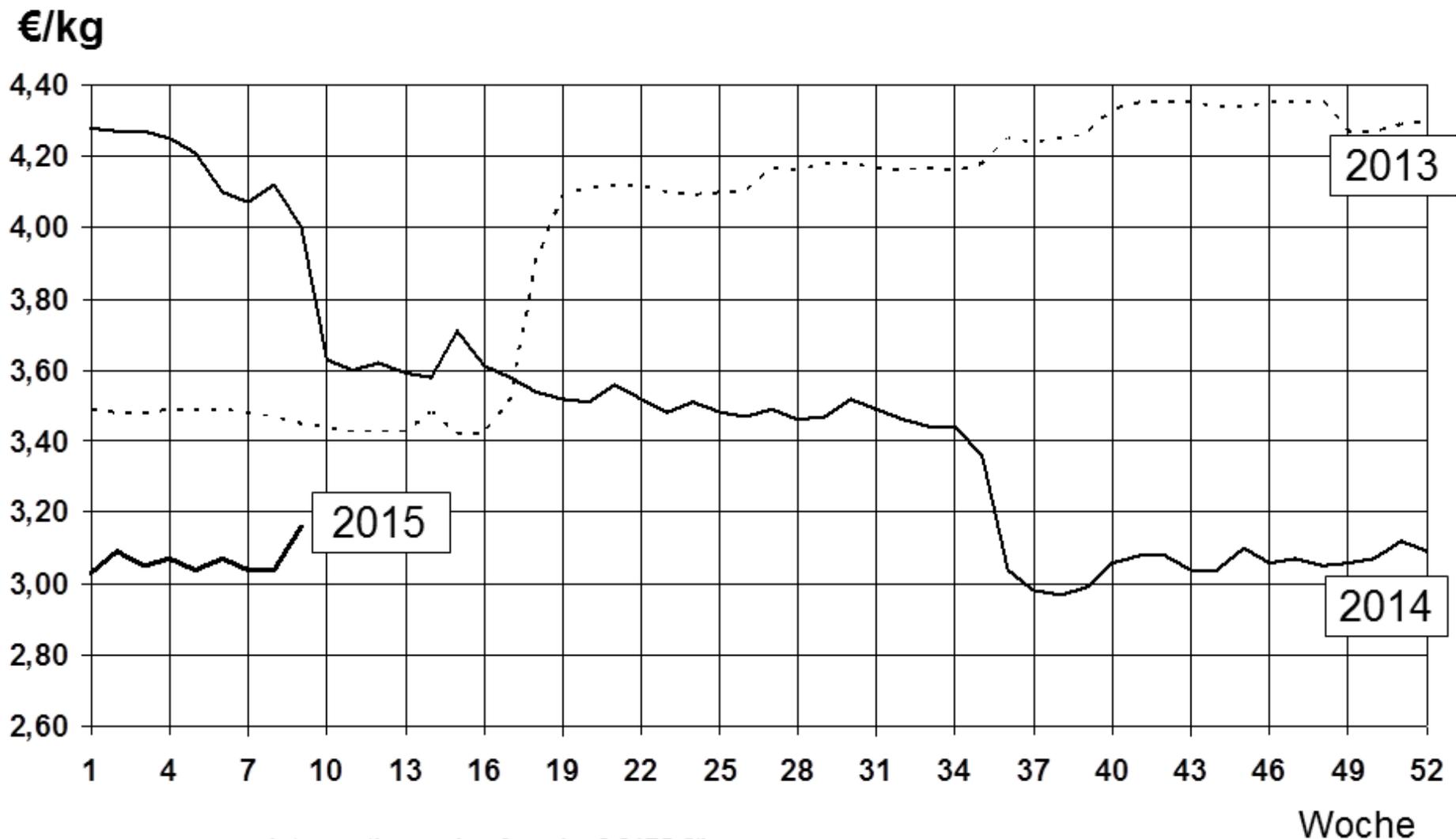


Referenzpreis: 1,6980 €/kg

\* Abgabepreis an die Futtermittelhersteller; Sprühware, lose, ab Werk.

Quelle: Süddeutsche Butter- und Käse-Börse e. V. Kempten.

# Verkaufspreise für Markenbutter\*

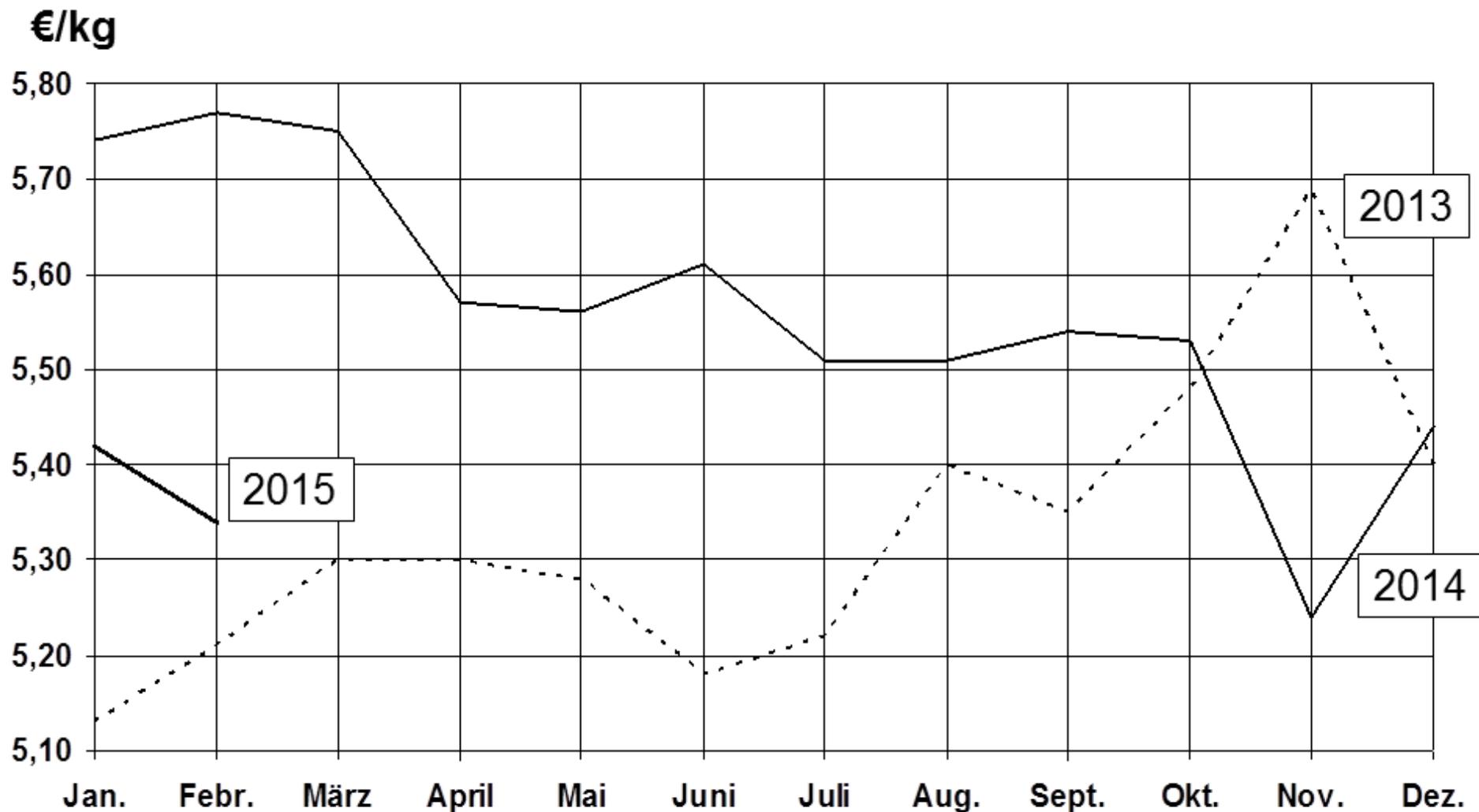


Interventionsankaufspreis: 2,2175 €/kg

\* Abgabepreis der Molkereien an den Großhandel.

Quelle: Süddeutsche Butter- und Käsebörse e. V. Kempten.

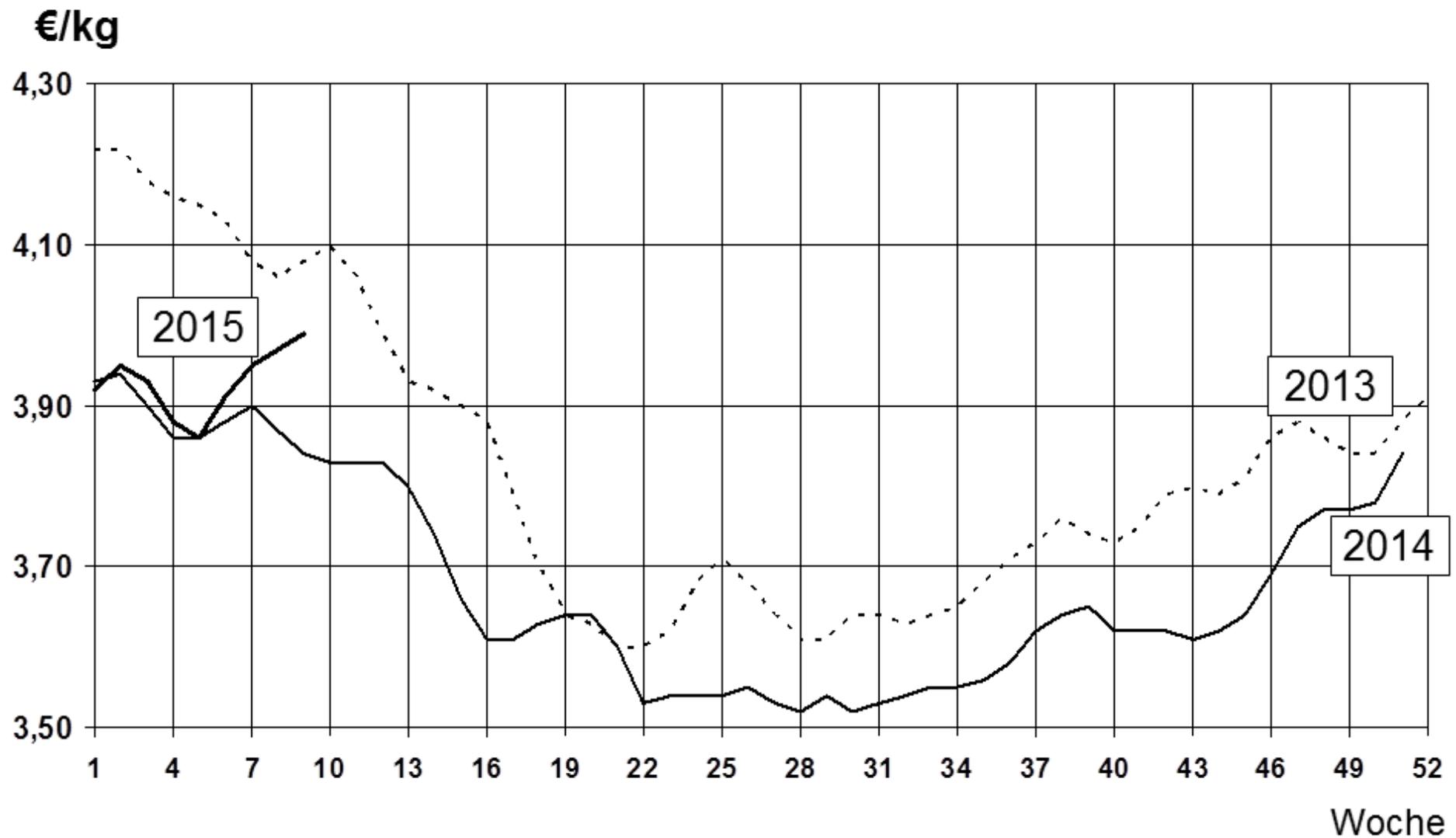
# Verkaufspreise für 'Allgäuer Emmentaler'\*



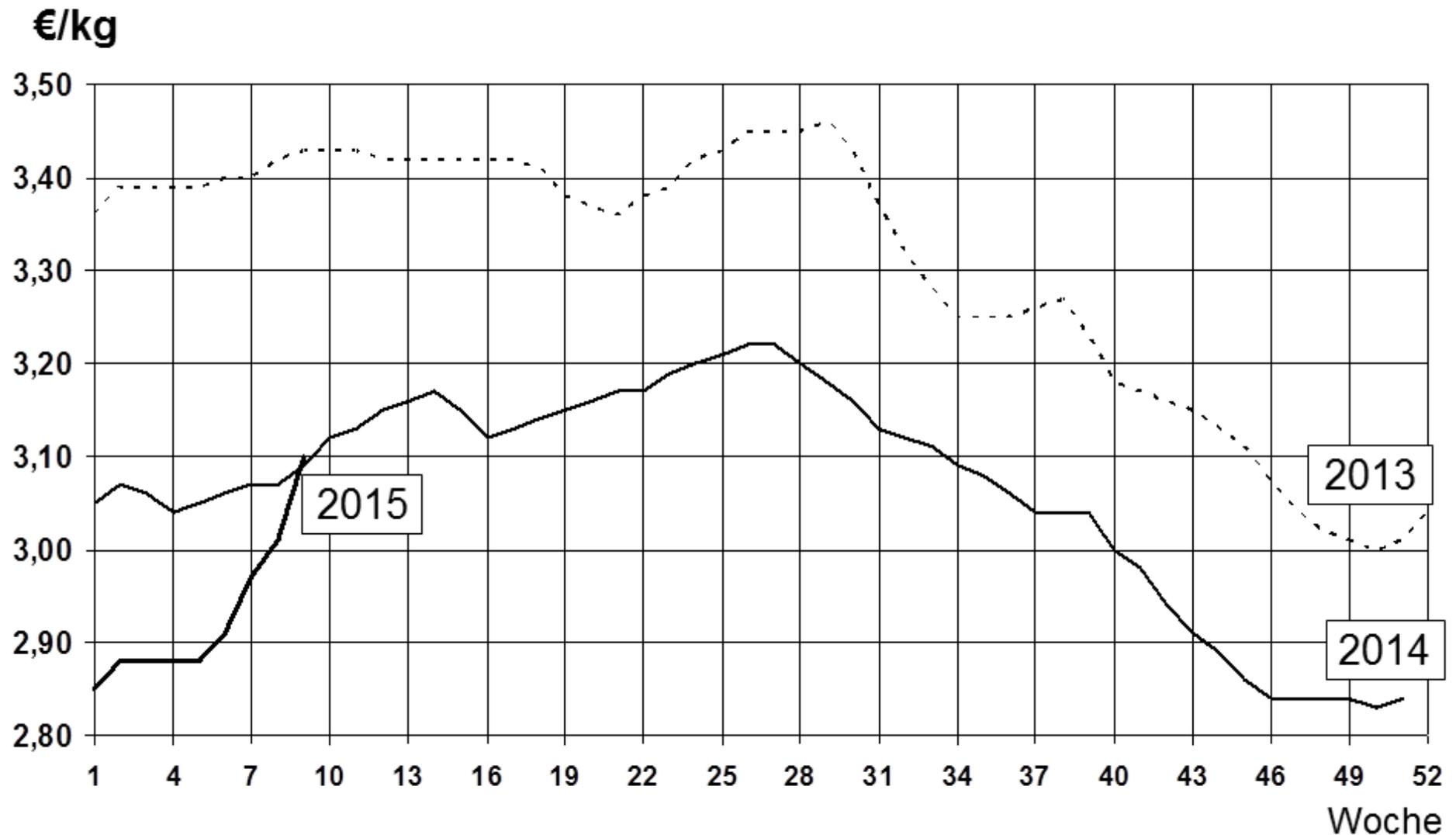
\* Abgabepreis der Molkereien an den Großhandel (aus Rohmilch, ab 10 kg; seit Juni 2012 ab 2 kg).

Quelle: Preisnotierung Süddeutsche Butter- und Käsebörsen e. V. Kempten.

# Auszahlungspreise für Jungbullen Hkl. U3

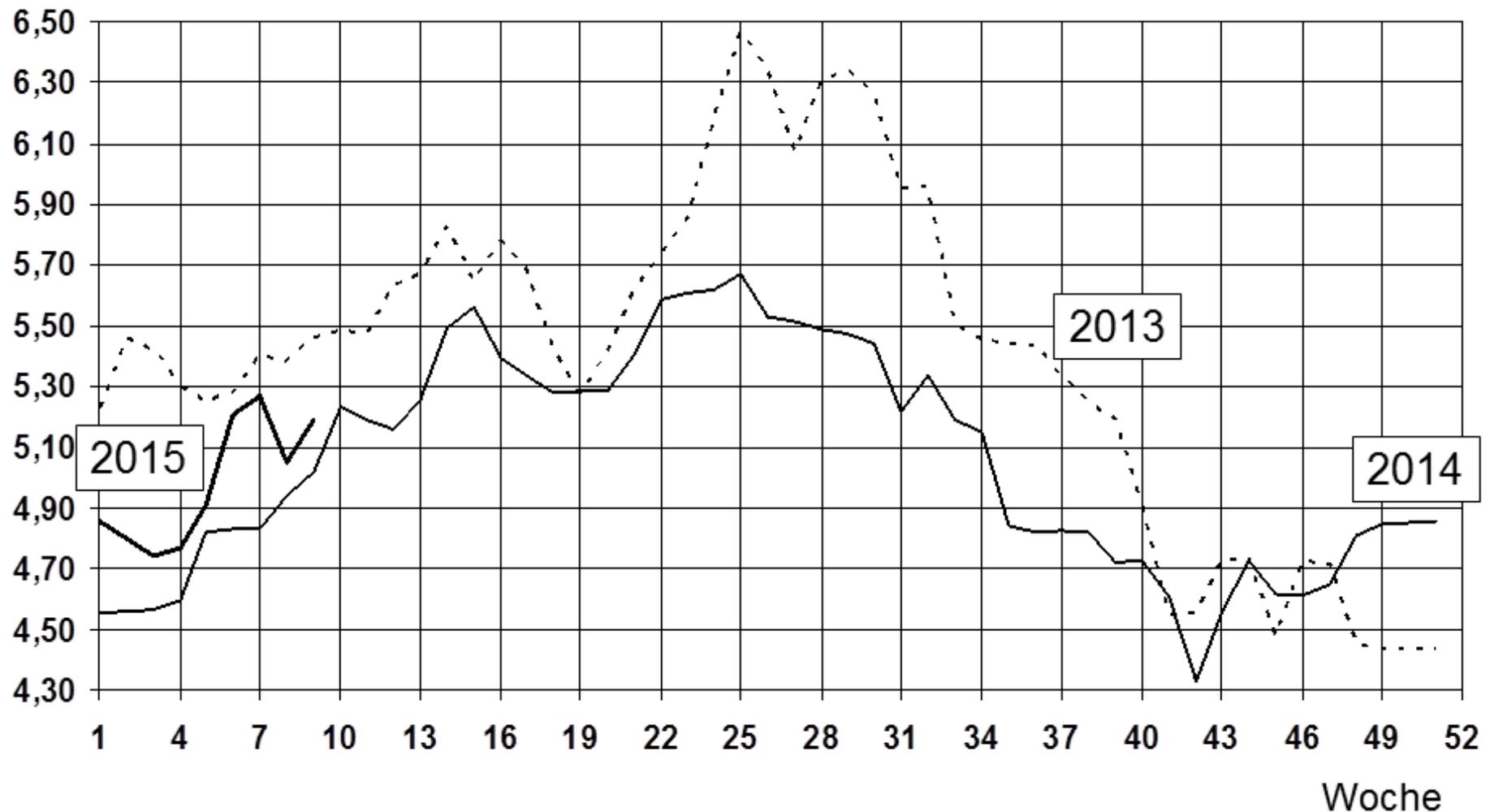


# Auszahlungspreise für Kühe Hkl. R3



## Verkaufspreise für Stierkälber ab Hof (Fleckvieh)\*

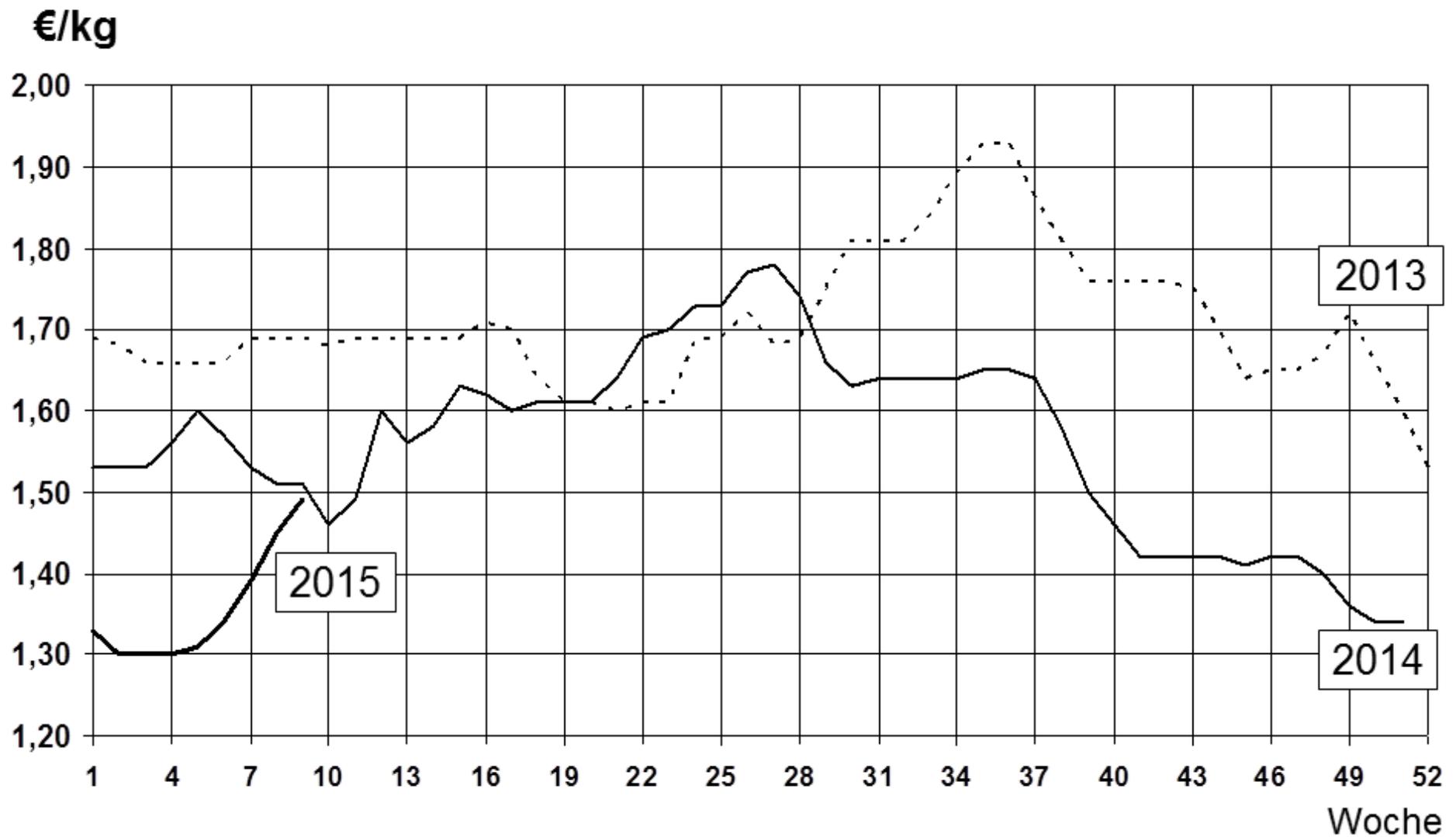
€/kg



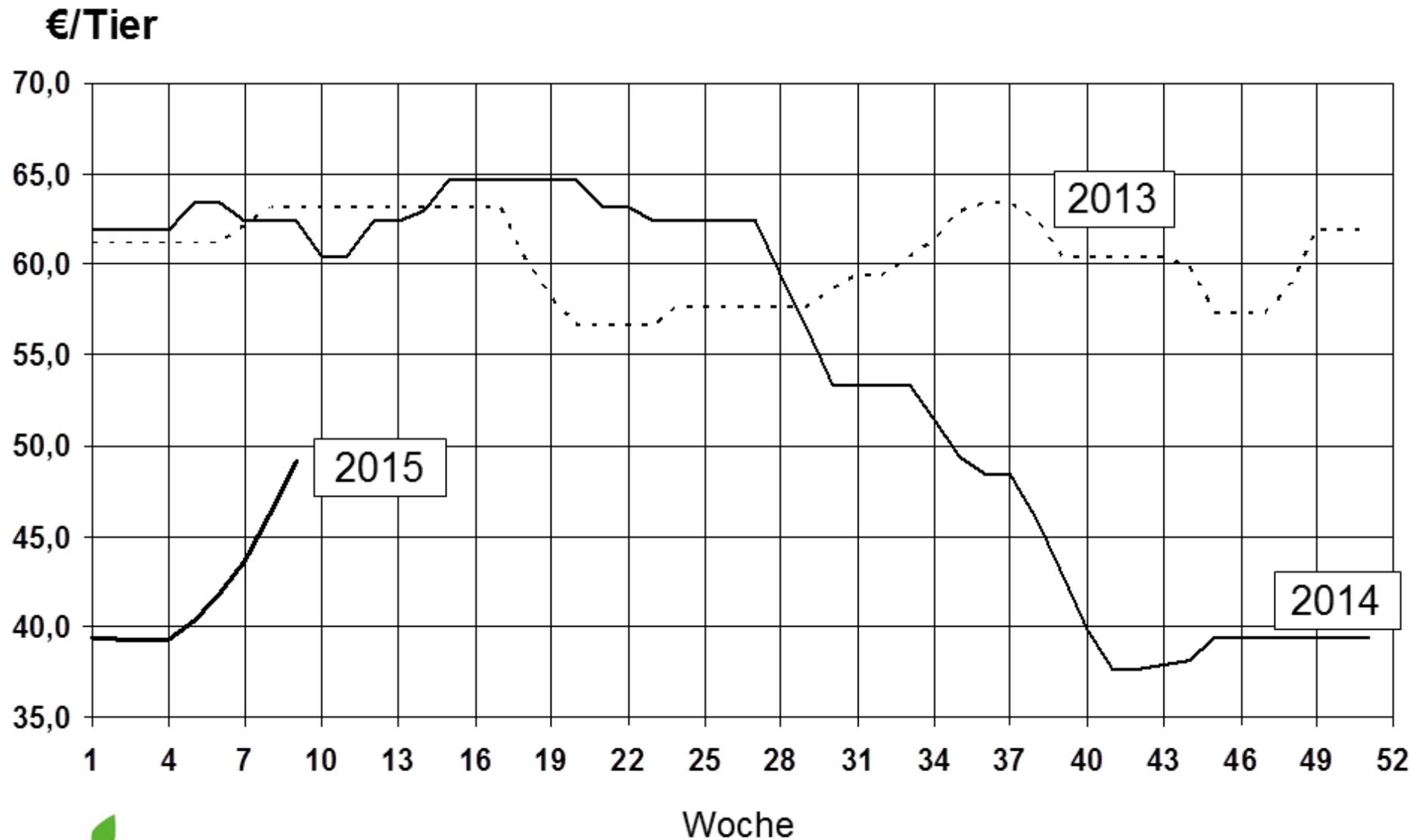
\* Preisgebiet Südbayern; Gewicht 80 bis 90 kg.

Quelle: BBV.

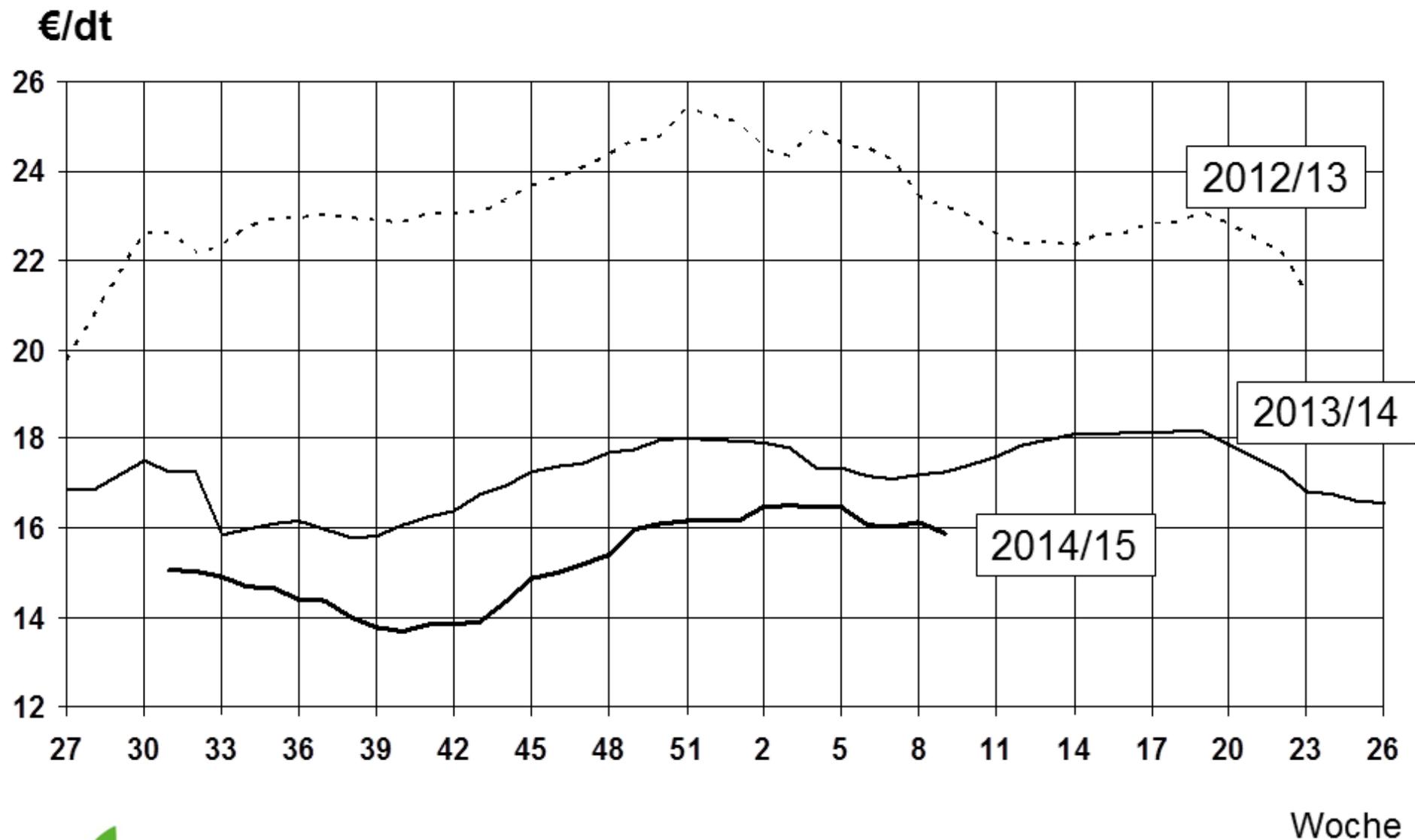
# Auszahlungspreise für Schweine Hkl. E



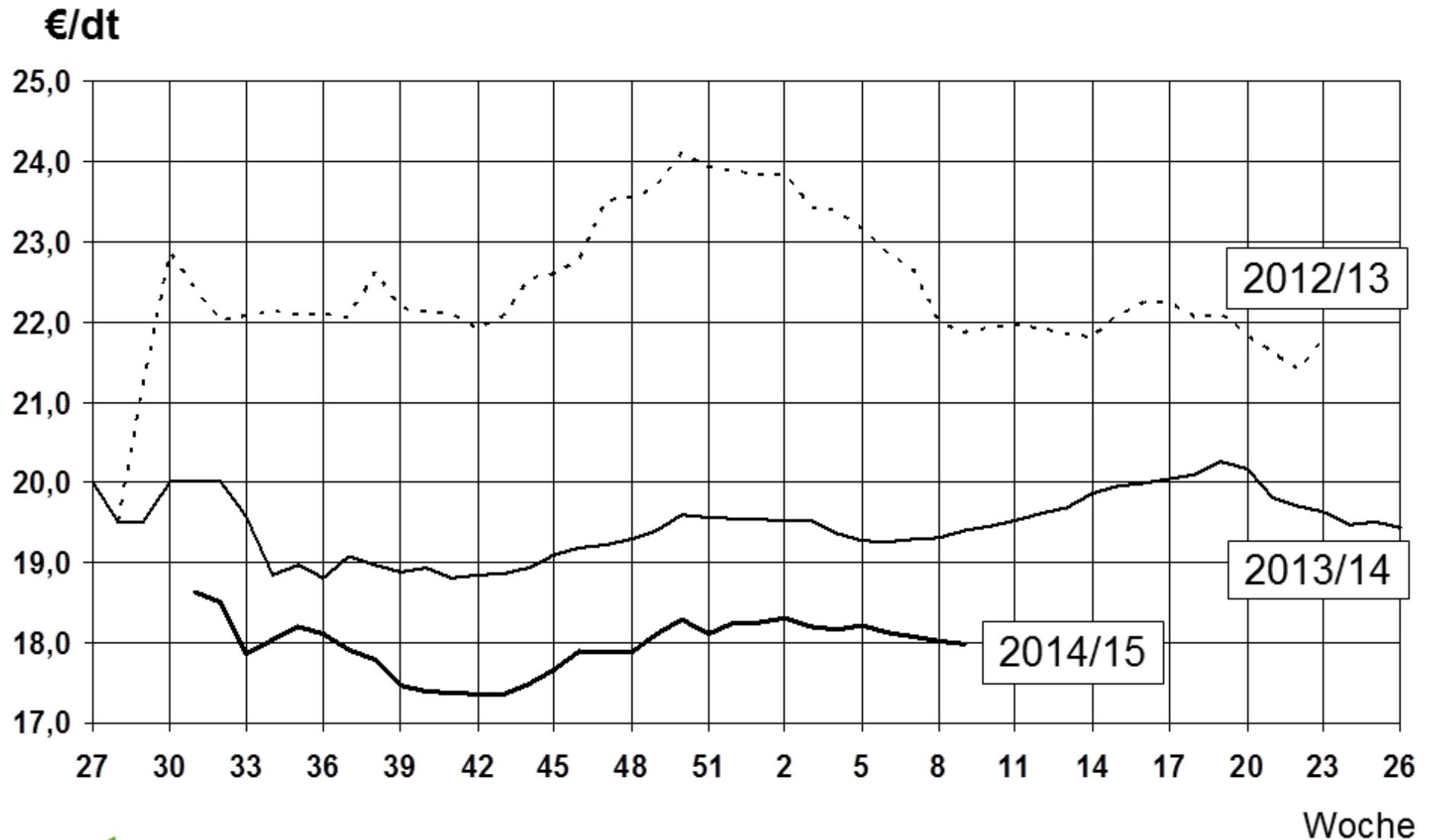
# Erzeugerpreise für 28 kg schwere bayerische Markenferkel



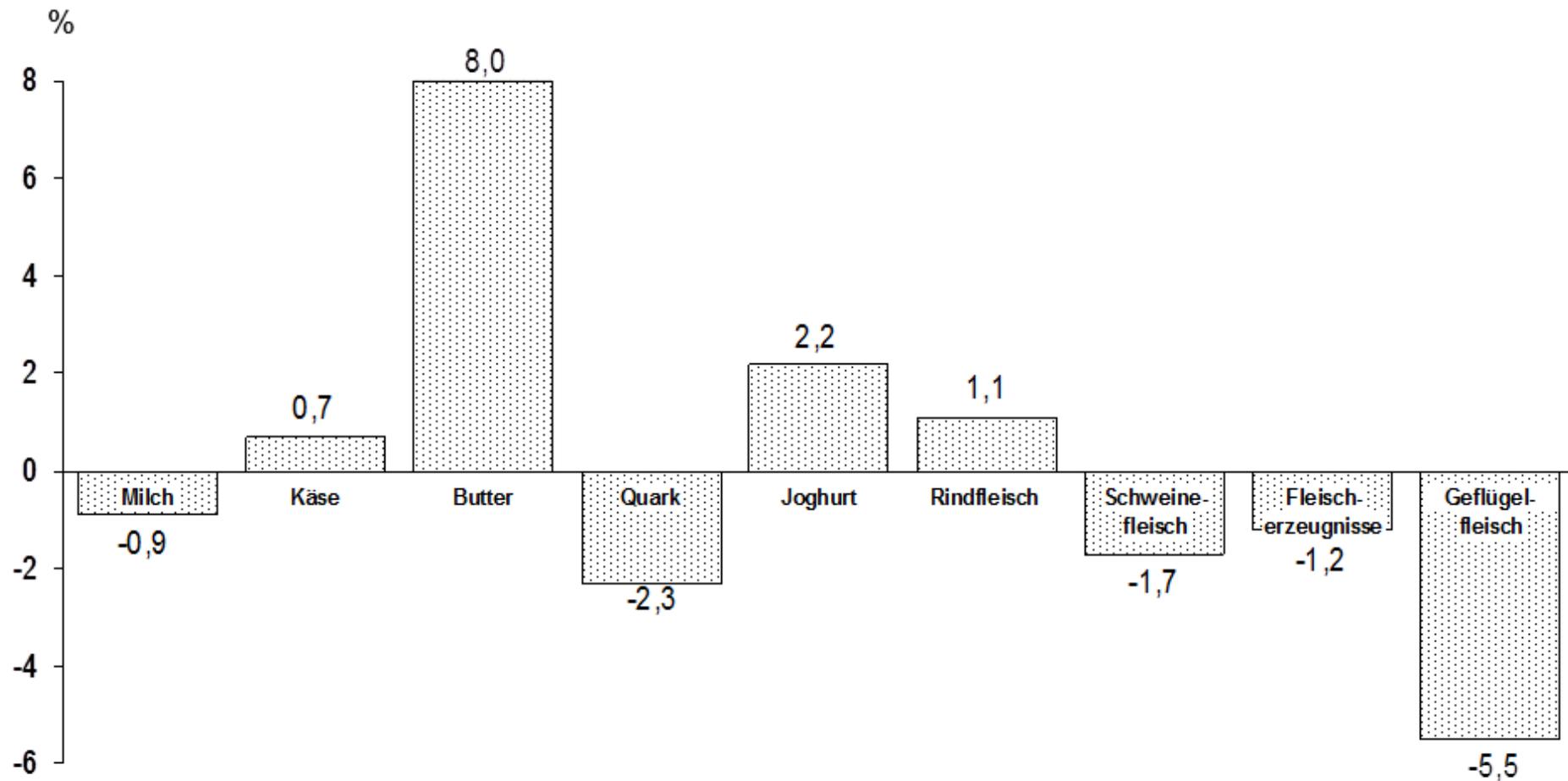
# Erzeugerpreise für Backweizen in Bayern



# Erzeugerpreise für Braugerste in Bayern



## Relative mengenmäßige Veränderung der privaten Nachfrage in Deutschland von Jan. bis Feb. 2015 gegenüber dem Vorjahreszeitraum



Veränderungen der Verbraucherpreise  
für Lebensmittel in Deutschland  
Februar 2015 und Februar 2014



|   | Einheit | Feb. 15 (€) | Feb. 14 (€) | Veränderung |       |
|---|---------|-------------|-------------|-------------|-------|
| <b>Milchprodukte</b>                    |         |             |             |             |       |
| Deutsche Markenbutter                   | 250 g   | 0,86        | 1,20        | -28,3%      | ↘     |
| Joghurt natur, 3,5 % Fett               | 4x150 g | 0,65        | 0,65        | 0,0%        | →     |
| Gouda, jung, Stück, SB                  | kg      | 5,01        | 5,29        | -5,3%       | ↘     |
| Frischmilch, ab 3,5 %, Karton           | l       | 0,65        | 0,74        | -12,2%      | ↘     |
| Feta natur SB                           | kg      | 8,90        | 8,91        | -0,1%       | ↘     |
| Speisequark, ab 40 % Fett               | 250 g   | 0,51        | 0,56        | -8,9%       | ↘     |
| <b>Fleisch und Fleischwaren</b>         |         |             |             |             |       |
| Rinderhackfleisch                       | kg      | 6,88        | 7,00        | -1,7%       | ↘     |
| Schweinebraten                          | kg      | 5,57        | 5,50        | 1,3%        | ↗     |
| Putenschnitzel, frisch                  | kg      | 7,19        | 7,45        | -3,5%       | ↘     |
| <b>Sonstige Lebensmittel</b>            |         |             |             |             |       |
| Speisekart., fk., 1-2,5 kg              | kg      | 0,66        | 0,88        | -25,0%      | ↘     |
| Äpfel, Jonagold                         | kg      | 1,14        | 1,56        | -26,9%      | ↘     |
| Kopfsalat                               | Stück   | 1,14        | 1,07        | 6,5%        | ↗     |
| Weizenmischbrot, ganz                   | kg      | 2,08        | 2,04        | 2,0%        | ↗     |
| <b>Ökologisch erzeugte Lebensmittel</b> |         |             |             |             |       |
| Bio-Frischmilch, 3,5 % Fett             | l       | 1,12        | 1,12        | 0,0%        | →     |
| Bio-Markenbutter, deutsch               | 250 g   | 1,73        | 1,78        | -2,8%       | ↘     |
| Bio-Joghurt natur, 3,5 % Fett           | 150 g   | 0,31        | 0,31        | 0,0%        | →     |
| Bio-Eier, Freiland                      | 10 St.  | 2,85        | 2,76        | 3,3%        | ↗     |
| Bio-Äpfel                               | kg      | 2,42        | 2,95        | -18,0%      | ↘     |
| Bio-Zucchini                            | kg      | 5,33        | 3,71        | 43,7%       | ↗     |
| Bio-Speisekart., 1-2,5 kg               | kg      | 0,97        | 1,29        | -24,8%      | ↘     |
| Quelle: AMI.                            |         |             |             |             |       |
|   |         |             |             |             | IEM 1 |