



## Opinion Paper

# Inflationäre Zeiten für Pasta und Co.: Fulminante Rückkehr der Rohstoffkrise

August 2012

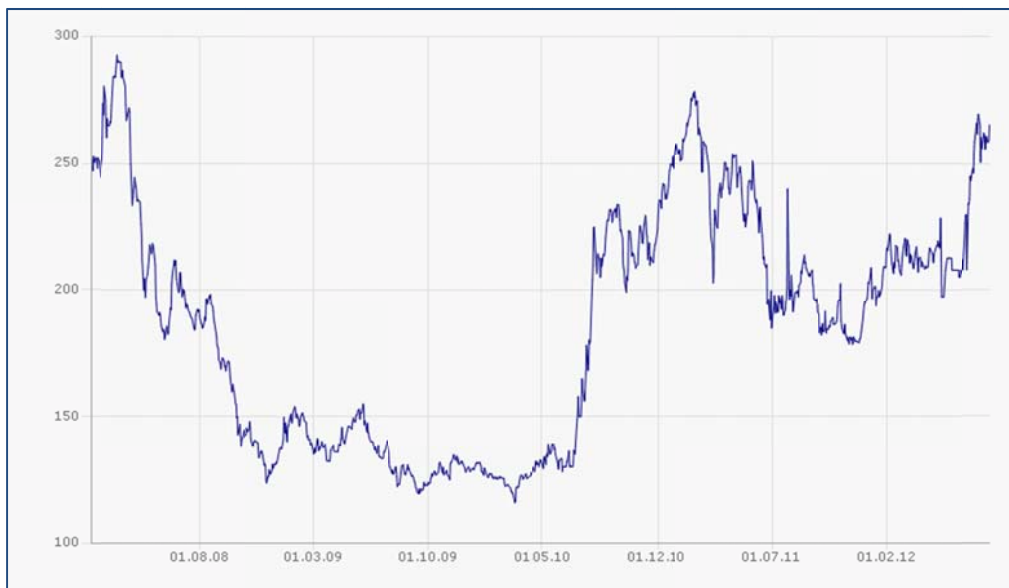
Dr. Wieselhuber & Partner GmbH

Jürgen Michael Gottinger

## Inflationäre Zeiten für Pasta und Co.: Fulminante Rückkehr der Rohstoffkrise

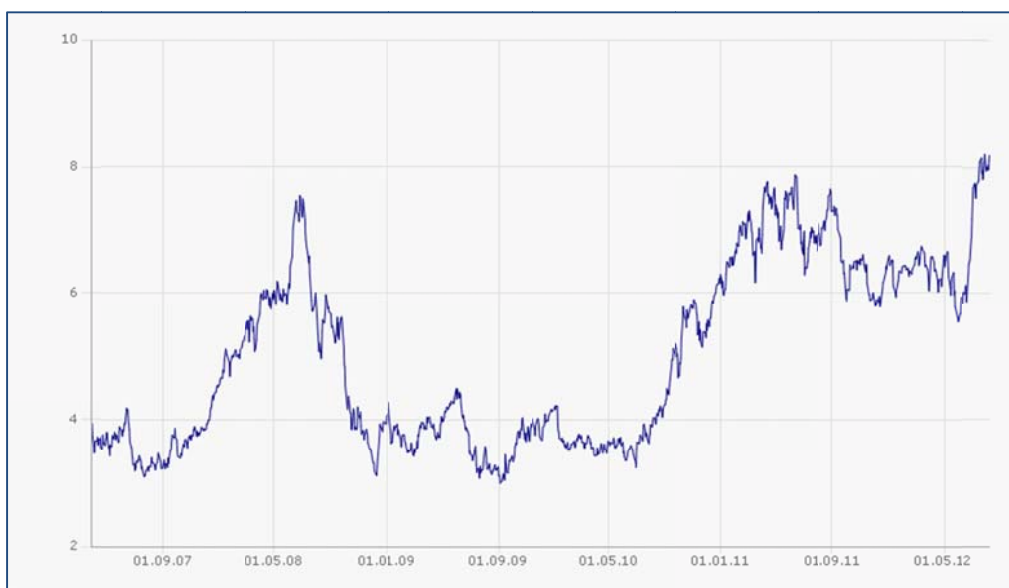
Die Rohstoffmärkte lassen die bisherigen Rekordmarken hinter sich. Die Rohstoffkrise des Jahres 2008 ist vergleichsweise schnell abgeklungen. Die Höchstpreise lagen in der Spitze für etwa zwei bis drei Wochen bei USD 7 je Bushel bei Mais und bei circa € 300 je Tonne Weizen. Danach ging es steil bergab und die Preise für die Jahre 2009 bis Mitte 2010 blieben auf niedrigem Niveau stabil. Solche kurzen Ausschläge sind unter anderem kennzeichnend für eine durch spekulative Tendenzen angeheizte Rohstoffhausa.

**Grafik 1: Weizenpreisentwicklung 2008-2012 in €/t**



Quelle: Finanzen.net

**Grafik 2: Maispreisentwicklung 2007-2012 in €/bushel**



Quelle: Finanzen.net

### **Dürre in USA unterstreicht Marktvolatilität**

Ganz anders ist die Situation im Jahre 2012 einzuschätzen. Die Rohstoffpreise für Weizen und Mais blieben bereits im Jahre 2011 hoch, seit Mai 2012 beginnt eine Hochphase für diese global kritischen Rohstoffe, die Verbraucher und Unternehmen in den nächsten Jahren beschäftigen wird.

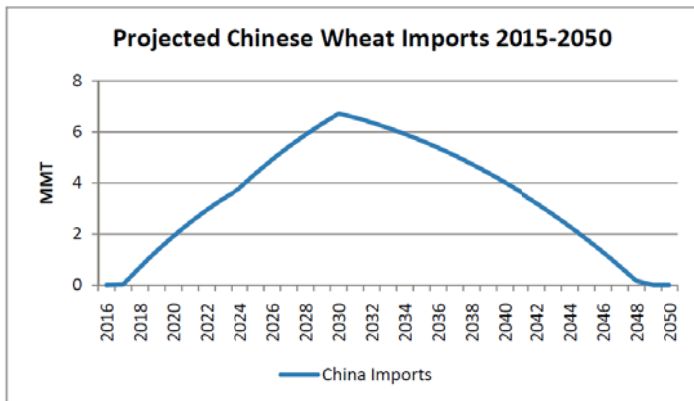
Bereits im vergangenen Jahr befragte Dr. Wieselhuber & Partner führende Unternehmen der Nahrungsmittelindustrie im Rahmen der Branchenstudie „Food & Beverages“ nach der langfristigen Dynamik der Rohstoffpreise. Die Antwort damals: Die Unternehmen erwarteten im Durchschnitt Preissteigerungen um circa 3 Prozent bis 5 Prozent in den nächsten Jahren. Die tatsächliche Entwicklung bestätigt eindrucksvoll die Vorhersagen aus dem Jahr 2011. Zwischenzeitlich sind die Preise für Mais und Weizen kontinuierlich auf einem hohen Niveau angekommen. Die Preisausschläge für die zu erwartenden Minderernten, vor allem in den USA, werden die Preise in den nächsten Wochen nochmals in die Höhe schnellen lassen. Noch nie dagewesene Preise, die bis zu 30% über den Höchstwerten aus dem Jahre 2008 liegen könnten, sind zu erwarten.

Was für die Rohstoffe Mais und Weizen gilt, gilt auch für den wichtigen Rohstoff Schweine. Hier steigen die Preise seit 2009 wieder erheblich an und verharren seit Beginn des Jahres 2011 auf einem hohen Niveau. Im Zuge der Krise für Getreide sinken zwar die Schweinepreise, werden jedoch in kurzer Frist wieder anziehen.

### **Chinas Appetit ist riesig**

Die U.S. Wheat Association prognostiziert für China einen erheblichen Anstieg der Einfuhren von Weizen in den nächsten Jahren. Und das, obwohl China extreme Anstrengungen unternimmt, die eigene Produktion von Weizen zu steigern. Folgt man den Aussagen der U.S. Wheat Association, so hat sich die Produktion von Weizen in China seit 1980 von ca. 50 auf über 100 Millionen (metrische) Tonnen mehr als verdoppelt. Dabei geht China mehr und mehr an die Grenzen der Beanspruchung der Böden durch Erschließung, Bewässerung und Intensivierung. Bis 2050 wird sich die Produktion in China nur noch bedingt steigern lassen. Daher wird der heute noch geringe Import durch China erheblich ansteigen:

**Grafik 3: Prognostizierter Weizenimport Chinas**



Quelle: US Wheat Association, Wheat Import Projections Towards 2050, 2011

Hiernach wird China, eigentlich ab sofort, zu einem wesentlichen Importeur von Weizen. Die Projektion beinhaltet dabei nicht die vermehrte Nachfrage, die durch die Veredelung des chinesischen Konsums entsteht und zu einem weiteren Anstieg des Verbrauchs von Geflügel-, Schweine- und Rindfleisch führt.

### **Deutsche Verbraucher bleiben von der Entwicklung nicht unberührt**

Konnten bis vor kurzem die deutschen Verbraucher von der intensiven Konkurrenz im Lebensmitteleinzelhandel profitieren, wobei die Ausgaben für Nahrungsmittel im Verhältnis zum gesamten verfügbaren Einkommen kontinuierlich zurückgingen, wird sich in den nächsten Jahren diese Entwicklung umdrehen. Während zunächst die getreidenahen Produkte wie etwa Brot und Nudeln im Preis anziehen dürften, folgen die Preise für Geflügel und Fleisch mit einer gewissen Zeitverzögerung. Je nach Anteil des Rohstoffes an den Herstellkosten werden die Hersteller dieser Nahrungsmittel mit Kostensteigerungen bezogen auf das Endprodukt zwischen 2 Prozent und 10 Prozent zu rechnen haben.



Betrachtet man die ohnehin nicht üppigen Renditen der Ernährungsindustrie, wird schnell klar, dass die betroffenen Unternehmen entweder in existentielle Krisen geraten werden oder die Preissteigerungen über den Handel an die Verbraucher weitergeben müssen.

Eines der beliebtesten Gerichte der Deutschen könnte damit schon rasch teurer werden. Nudeln gehören mit circa 1 Mrd. kg Marktvolumen in Deutschland zu den wichtigsten Nahrungsmitteln aus Getreide vom täglichen Brot und Brötchen einmal abgesehen.

Dort sind Preissteigerungen von bis zu 10% innerhalb eines Jahres nicht ausgeschlossen (die Herstellung von Nudeln ist auch energieintensiv). Inflationäre Zeiten für Pasta und Co.

**Kontakt**

**Jürgen Michael Gottinger**

Mitglied der Geschäftsleitung  
Nymphenburger Str. 21  
80335 München  
Tel.: 089 / 28623-135  
Email: [gottinger@wieselhuber.de](mailto:gottinger@wieselhuber.de)

**Stephanie Meske**

Public Relations  
Nymphenburger Str. 21  
80335 München  
Tel.: 089 / 28623-139  
Email: [meske@wieselhuber.de](mailto:meske@wieselhuber.de)

# WIR GESTALTEN ERFOLGE



**Dr. Wieselhuber & Partner** ist das erfahrene, kompetente und professionelle Beratungsunternehmen für Familienunternehmen, für Konzerne unterschiedlicher Branchen sowie für öffentliche Institutionen. Wir sind spezialisiert auf die Steigerung von Wettbewerbsfähigkeit, Ertragskraft und Unternehmenswert. Strategie, Organisation, Führung, Ressourceneinsatz, Methoden & Systeme müssen einen nachweisbaren und nachhaltigen Beitrag zum Unternehmenserfolg liefern. Dieser Herausforderung stellen wir uns durch fundierte Analysen, kreative und machbare Konzepte und vor allem durch eine aktive Umsetzungsbegleitung.

**Als unabhängige Top-Management-Beratung** vertreten wir ausschließlich die Interessen unserer Auftraggeber zum Nutzen des Unternehmens und seiner Stakeholder. Wir wollen nicht überreden, sondern geprägt von Branchenkenntnissen, Methoden-Know-how und langjähriger Praxiserfahrung überzeugen. Und dies objektiv und eigenständig.

**Das schafft Mehrwert** für unsere Kunden. Das setzen wir durch unser unternehmerisches Denken und Handeln, unseren Blick für Detail- und Gesamtlösungen und durch unsere Verbindlichkeit in den Aussagen um.

STRATEGIE

---

ORGANISATION

---

MARKETING & VERTRIEB

---

OPERATIONS

---

CORPORATE FINANCE

---

GEWINN-MANAGEMENT

---

RESTRUKTURIERUNG

---

SANIERUNG



**Dr. Wieselhuber & Partner GmbH**  
Unternehmensberatung

München · Düsseldorf · Hamburg  
[www.wieselhuber.de](http://www.wieselhuber.de)