



# MARKT BERICHT

## PREISTREIBER IM WANDEL

Die Inflationsrate im Euroraum hat sich zwar über die letzten Monate etwas reduziert, dennoch wirkt sich die weiterhin hohe Teuerung in Kombination mit fehlenden Wachstumsimpulsen spürbar lähmend auf die deutsche Wirtschaft aus. Insbesondere die Exporte in andere EU-Länder und die USA schwächelten zuletzt. Der Wert der Importe wächst dagegen leicht, obwohl die Energiepreise inzwischen wieder auf dem Niveau von Ende 2021 liegen.

In den Medien war zuletzt immer wieder zu lesen, dass Lebensmittel der Haupttreiber der Inflation sind. In der Tat sind sie im Jahresvergleich um fast 15 Prozent teurer geworden. Zu beachten ist dabei aber, dass die anfänglich entscheidenden Energiekosten bei Produktion und Transport inzwischen von anderen preistreibenden Faktoren abgelöst wurden. Vor allem der Arbeitskräftemangel im Agrarsektor und hohe Rohwarenpreise wegen schlechter Ernten bzw. Fänge (etwa bei Tomaten, Oliven und Thunfisch) schlagen dabei zu Buche.

Inzwischen gibt es jedoch auch einige Beispiele, die dem Trend entgegenwirken. Durch flexible Einkaufsstrategien und gute Lieferantkontakte waren wir in der Lage bei einigen Produkten den Preis zu stabilisieren. Wir gehen davon aus, dass sich die Inflationsrate im Lebensmittelbereich analog zur Gesamtteuerung absehbar wieder reduzieren wird.



## PRODUKTE & NEWS

### PAPRIKA & PEPERONI

Nach den Wahlen in der Türkei hat die **Türkische Lira deutlich an Wert verloren**, was die Produktion entsprechend verteuert. Die **Lager in Deutschland sind leer** und Verschiffungen werden dringend benötigt. Vor allem auf Peperoni-Ringe warten viele Kunden hierzulande. Weil einige Bauern sich auf Weizen und Baumwolle statt Paprika und Peperoni konzentrieren, ist die **Ware allerdings knapp**. Da auch die Wetterbedingungen aktuell leider nicht optimal sind, erwarten wir insgesamt **anhaltend steigende Preise**. Hinzu kommen weitere Faktoren für Teuerungen, vor allem hohe Transport-, Dosen- bzw. Glaspreise sowie die extreme Inflation in der Türkei. Unser Rat daher: Für die komplette Kampagne **schnelle Abschlüsse anstreben**.



### PFIRSICH

Auf die neue Pfirsichkampagne in Griechenland haben wir lange sehr positiv geblickt. Gutes Wachstum der Bäume, ausbleibender Frost und gesunde Früchte ließen auf eine gute Ernte hoffen. Doch zuletzt entwickelte sich das **Wetter so negativ, dass wir unsere Prognose ändern mussten**. Dauerhaft viel zu kühle Temperaturen, überdurchschnittliche Regenmengen und zerstörerische Gewitter setzen den Früchten zu. Aktuell erwarten wir einen **Ernterückgang um 30 Prozent**. Zusätzlich setzen **Kostensteigerungen beim Zucker sowie ein Arbeitskräftemangel** die Preise unter Druck.

## A P R I K O S E N

In **Griechenland** haben Hagel und Regen auch die Aprikosenernte deutlich verringert. Prognosen gehen von einer **Minderung um 50 Prozent** im Vergleich zum Vorjahr aus. Aufgrund der ebenfalls **geringeren Verfügbarkeit der Früchte aus anderen europäischen Ländern** und zugleich konstanter Nachfrage wird die **Rohwarenmenge für die Konservenherstellung gering** sein. Umso positiver ist die Nachricht, dass die Aprikosenernte in **China** dieses Jahr, begünstigt durch größtenteils gute Wetterbedingungen, **zufriedenstellend** ausfiel. Nur in einigen wenigen Anbaugebieten kam es zu starkem Schneefall und Ertragseinbußen; deren Auswirkungen auf den Gesamtrohwarenmärkte waren im Verhältnis nicht ausschlaggebend. Anders als in 2022 ist die chinesische Nachfrage nach gefrorenen Aprikosen eher gering. Somit stehen dieses Jahr auch **ausreichend Früchte für die Konservenproduktion** zur Verfügung.



## S A R D E L L E N

Der Sardellenmarkt bleibt auch in 2023 angespannt. Aufgrund der geringen Verfügbarkeit seit der letzten Saison und der **weiterhin schlechten Fänge** bleiben die Preise auf einem sehr hohen Niveau. Die Sardellenschwärme schwimmen wegen hohen Temperaturen tiefer und sind schwerer zu fangen. In Peru sind sie zudem sehr klein, es ist aufwendig, sie zu Sardellenfilets zu verarbeiten. Es **steigen** dadurch zum einen die **Produktionskosten** für unsere Konserven, zum anderen **verknappt sich die Verfügbarkeit weiter**, da solch kleine Rohware oft in die Fischmehlindustrie verkauft wird. Auch in den **atlantischen Fanggebieten** können wir nur von **schlechten Fängen und hohen Preisen** berichten. Unsere Erwartungen für die kommenden Monate im Sardellenmarkt bleiben daher insgesamt gedämpft.



## T O M A T E N

Endlich haben der Bauernverband und die Industrie in **Norditalien** eine **Vereinbarung** zur Preisgestaltung unterzeichnet. Frische Tomaten werden mit **150 EUR/Tonne** bepreist (zum Vgl., 2022 waren es 108,50 EUR/Tonne, ein **Plus von ca. 38 Prozent**). Die Preise für Verpackungsmaterial (einschließlich leerer Dosen und keimfreier Beutel) sind ebenfalls leicht gestiegen. Die einzigen Produktionskosten, die derzeit sinken, sind die Energiekosten. Den Anstieg der Rohstoffkosten kann das jedoch nicht ausgleichen, da diese für die Tomatenhersteller immer noch der größte Kostenfaktor sind. **Schwere Regenfälle** haben kürzlich leider große Schäden an den Tomatenfeldern in Norditalien verursacht, sodass wir von einem **Totalverlust von etwa 200.000 Tonnen** ausgehen müssen. Zudem wird ein Teil der Ernte erst im Oktober zur Abholung bereit sein – zu dieser Jahreszeit steigt allerdings das Risiko ungünstiger Wetterverhältnisse. Die Situation in Süditalien gestaltet sich nach den kürzlichen starken Regenfällen leider ähnlich.



## S E H E N   W I R   U N S ?



Vom **7. bis 11. Oktober** findet in diesem Jahr wieder die Anuga in Köln statt. Unter dem Motto „Sustainable Growth“ möchte die Weltleitmesse für Lebensmittel und Getränke frische Impulse für den Weg zu einem nachhaltigen und fairen Foodsystem aussenden. Auch wir werden mit einem **eigenen Stand** und unseren **Ein- und Verkaufsteams** der Geschäftsbereiche **Konserven und Tiefkühlkost** vor Ort sein. Sie finden uns in **Halle 2.1 am Stand B050**. Wir freuen uns auf Ihren Besuch und den persönlichen Austausch!

Nehmen Sie gerne bereits im Vorfeld Kontakt mit Ihrem/Ihrer Ansprechpartner/in bei uns auf, um einen **Gesprächstermin** zu vereinbaren, oder schreiben Sie an: [ofri@ottofranck.de](mailto:ofri@ottofranck.de)

Für die Vollständigkeit und Richtigkeit der hier dargelegten Informationen übernehmen wir keine Haftung.

Titel: STOCKSTUDIO/stock.adobe.com; Paprika & Peperoni: OleksandrZastrozhnov/stock.adobe.com; Sardellen: Mara Zemgaliete/stock.adobe.com; Tomaten: alex9500/stock.adobe.com; anuga-Logo: Koelnmesse/Anuga