



Marktinformationen Rumänien

Unternehmerreise nach Bukarest für bayerische Unternehmen
der Lebensmittelindustrie

21.-22. Juni 2018, Bukarest

Stand April 2018

Überblick: Rumänien

Mit über 20 Mio. Einwohnern, ist Rumänien das siebtgrößte Land in der EU und das zweitgrößte Land in der Region, nach Polen. Die wirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahre hat gezeigt, dass Rumänien ein Wachstumsmarkt ist und somit für die europäischen Mitgliedsstaaten ein interessanter und attraktiver Partner bleibt. Deutschland ist seit 2007 Rumäniens erster Handelspartner. Allein der Freistaat Bayern gehört zu den Top 5 der Handelspartner Rumäniens.

Mit einem BIP pro Kopf von rund 9.389 EUR (2016: 8.400 EUR), einer Inflationsrate in 2017 von 2,7% (geschätzt) und einer Arbeitslosenquote von 4,02% steht das Land auch im europäischen Vergleich sehr gut da (die Arbeitslosenquote im Euroraum liegt bei 8,7%). Die Nationalbank strebt für 2018 eine Inflation von 2,5% an. Die Staatsverschuldung ist mit rund 38,94% des BIP eine der niedrigsten in der EU. 2018 wird diese weiter bis auf 40,2% ansteigen. Das Haushaltsdefizit lag 2016 bei 2,6% des BIP – unter den 2,8%, die vorgesehen waren. Im Jahr 2017 betrug das Staatsdefizit Rumäniens geschätzt rund 3% des Bruttoinlandsprodukts. Das Leistungsbilanzdefizit für Januar 2017 – November 2017 belief sich auf rund 5,6 Mrd. EUR und lag deutlich über dem Vorjahresniveau. Das Jahr 2017 bestätigte somit den Trend des Vorjahres. Im Jahr 2016 belief sich das Leistungsbilanzdefizit auf 4,1 Mrd. EUR, fast doppelt so viel wie 2015. Die nachstehende Tabelle zeigt anhand ausgewählter Wirtschaftsindikatoren die aktuelle wirtschaftliche Lage in Rumänien auf.

Makroökonomische Indikatoren

	2015	2016	2017
BIP (Mrd. EUR)	160,3	168,5	184,43
BIP/Kopf (EUR)	8.091	8.400	9.389
Wirtschaftswachstum (%)	3,8	4,8	5,5
Anteil der Industrie am BIP-Wachstum (%)	2	2,4	7,8
Anteil der Land- und Forstwirtschaft, Fischerei am BIP-Wachstum (%)	-9,4	9,4	4,2
Anteil Bauwesen am BIP-Wachstum (%)	8,8	5,7	1,5
Anteil Dienstleistungen am BIP-Wachstum (%)	4,7	5,8	6,4
Inflationsrate am Jahresende (%)	-0,4	-1,1	2,7
Arbeitslosenquote (%)	6,8	5,9	4,7
Durchschnittlicher Wechselkurs (RON/EUR)	4,45	4,49	4,57
Durchschnittlicher Nettolohn (EUR)	415	461	517
Exporte (Mrd. EUR)	54,5	57,4	62,6
Importe (Mrd. EUR)	62,9	67,3	75,1

Überblick: rumänische Lebensmittelbranche

Angesichts der stetig wachsenden Einkommen sowie der immer steigenden Qualitätsansprüche der Konsumenten, ist Rumänien für Lebensmittelanbieter ein attraktiver Markt. Der rumänische Markt der Lebensmittel- und Getränkeindustrie ist der siebtgrößte in der Europäischen Union und der zweitgrößte in Osteuropa nach Polen. Er wird auf 25,9 Mrd. EUR geschätzt. Juni 2015 wurde die Mehrwertsteuer für Lebensmittel und nichtalkoholische Getränke von 24% auf 9% gesenkt. Dies hatte bereits positive Auswirkungen auf den internen Konsum, der infolge dieser Senkung im folgenden Halbjahr um 9% gewachsen ist. Der Lebensmittelkonsum wies sogar ein Wachstum um 20%. Die positive Einkommensentwicklung der jüngsten Jahre gekoppelt mit der niedrigen Arbeitslosigkeit führen zu einem Konsumboom, der auch den Nahrungsmittelmarkt erfasst. Die Umsätze im Nahrungsmittelleinzelhandel sind in den ersten neun Monaten 2017 um dynamische 5,6% gestiegen.

Die Lebensmitteleinfuhren Rumäniens sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. 2016 machten die Lebensmitteleinfuhren 8,7% der rumänischen Importe aus (5,8 Mrd. EUR). Zum Beispiel wurden in Rumänien 276.359 t Milch verkauft, davon 126.151 t (fast 45%) wurden eingeführt. Eine ähnliche Situation herrscht auch im Falle der Fleischprodukte oder anderer Lebensmittel. Die AHK Rumänien bekommt regelmäßig Anfragen von rumänischen Einkäufern (Importeuren, Distributoren und Handelsketten), die nach bayerischen Produkten suchen; Bier, Milch und Milcherzeugnisse oder Fleisch und Fleischerzeugnisse spielen hier die Hauptrolle. Rumänien ist also für bayerische Lebensmittelproduzenten, die eine große Tradition im Bereich Milch- und Fleischprodukte haben, ein Markt, der nicht zu übersehen ist.

Ausgewählte Nahrungsmittelimporte Rumäniens (in Mio. Euro, Veränderung in %)

SITC- Position	Name	2010	2016	Veränderung 2010/16 in %
1	Fleisch und -erzeugnisse	517,4	695,58	34
2	Milch und -erzeugnisse	232,62	417,41	79
3	Fisch	127,54	223,21	75
4	Getreide und -erzeugnisse	435,49	858,1	97
5	Gemüse und Früchte	446,95	1.160,26	160
7	Kaffee, Tee, Gewürze	279,73	541,26	93
9	Zubereitungen	341,95	652,41	91

Überblick: rumänische Lebensmittelherstellung

Mit einem Beschäftigungsanteil von 15% und einem Umsatzanteil von 17% stellt die Lebensmittel- und Getränkeindustrie einen wichtigen Sektor der verarbeitenden Industrie dar. Die Lebensmittel- und Getränkeindustrie besitzt mit 10.728 Betrieben die zweitgrößte Anzahl an Unternehmen und ist mit 16 Sparten am stärksten diversifiziert.

Übersicht: Lebensmittel- und Getränkeindustrie

Zweige	Gruppe (Beschreibung)	Anzahl Unternehmen	Umsatz 2015 (Mio. EUR)	Beschäftigtenanzahl
Lebensmittelindustrie	Schlachten und Fleischverarbeitung	957	2.660	39.842
	Fischverarbeitung	43	98	1.305
	Obst- und Gemüseverarbeitung	466	428	4.680
	Pflanzliche und tierische Öle und Fette	159	1.055	3.768
	Milchverarbeitung	637	1.102	13.107
	Mahl- und Schälmaschinen, Stärke und Stärkeerzeugnisse	941	731	9.330
	Back- und Teigwaren	5.710	1.541	65.811
	Sonstige Nahrungsmittel	795	1.354	14.775
	Futtermittel	166	369	1.849
Getränkeindustrie	Herstellung von Spirituosen	142	95	1.324
	Herstellung von Traubenwein	226	153	2.515
	Herstellung von Apfelwein und anderen Fruchtweinen	4	0,31	34
	Herstellung von Wermutwein und sonstigen aromatisierten Weinen	11	3	33
	Herstellung von Bier	26	848	3.983
	Herstellung von Malz	2	52	38
	Herstellung von Erfrischungsgetränken; Gewinnung natürlicher Mineralwässer	443	1.200	10.266

Ein Großteil dieser Industrie wurde in den 60er und 70er Jahren mit großen Produktionsbetrieben in jedem Kreis des Landes aufgebaut. In den ersten zwei Jahren nach der Wende (Dezember 1989) hat sich die rumänische Lebensmittelproduktion halbiert und blieb auf diesem Niveau bis zur Jahrtausendwende. Ab 2001 folgte die Lebensmittelherstellung einem steigenden Trend mit einem jährlichen Wachstum von über 8%, so dass 2007 zum ersten Mal das Produktionsvolumen von 1989 wieder erreicht wurde. 2010, gegen Ende der Krisenzeit, war die Lebensmittelindustrie wieder auf dem Niveau von 2007 und behielt seitdem einen steigenden Trend bei.

Sowohl in den 80er Jahren als auch nach der Wende wurde kaum in neue Produktionsanlagen investiert, obwohl viele der alten Betriebe bis zur Jahrhundertwende privatisiert wurden. Die Produkte dieser Betriebe zeichneten

sich bis vor ein paar Jahren durch relativ mäßige Qualität aus. In den letzten Jahren hat sich diese Situation verbessert, und inzwischen sind neben den rumänischen Herstellern bereits größere ausländische Lebensmittelhersteller nach Rumänien gekommen, deren Anzahl von Jahr zu Jahr steigt.

Die Tatsache, dass Rumänen Auslandsprodukte bevorzugen, kann an den größten Herstellern der Industrie erkannt werden.

Im Fleischverarbeitungssektor z. B. kauften schon Ende 2004 die Amerikaner Smithfield Foods (www.smithfield.ro) die Schweinefarm Comtim Timișoara auf und investierten über 445 Mio. EUR. Jetzt hat Smithfield über 48 Farmen in 30 Ortschaften aus den Kreisen Timiș und Arad im Besitz, so wie auch neun moderne Fabriken für die Verarbeitung von Tierfutter. Die Smithfield-Investitionen in Rumänien schufen über 2.000 Arbeitsplätze, 80% davon in den ländlichen Gegenden. Smithfield Prod verfügt derzeit über das modernste Schlachthaus in Rumänien, mit einer Schlachtkapazität von 600 Stück pro Stunde. 30% der in Rumänien geschlachteten Tiere stammen jährlich von Smithfield. Die Gruppe wurde inzwischen von einem chinesischen Investmentfonds aufgekauft. Die spanische Gesellschaft Campofrio Alimentacion, die Ende 2008 mit Smithfield Foods fusionierte, ist auch schon seit Jahren auf dem rumänischen Markt tätig. März 2010 übernahm Caroli Foods (www.caroli.ro) – im Besitz der libanesischen Familie El Solh – die Führung von Tabco Campofrio. Auch nicht zu vernachlässigen sind Unicarm (www.unicarm.ro), Cris-Tim (www.cristim.ro), Aailex Grup (www.cocorico.ro) und Transavia (www.transavia.ro).

Beispiele erfolgreicher Investitionen in der Milchverarbeitungsindustrie gibt es viele: die Franzosen Lactalis (www.lactalis.fr), welche 2008 die führende Gesellschaft LaDorna und 2016 Albalact (www.albalact.ro) sowie Covalact (www.covalact.ro) aufgekauft haben, die Franzosen Danone (www.danone.ro), Friesland Campina (www.frieslandcampina.com) aus den Niederlanden und die Deutschen von Hochland (www.hochland.ro). Hochland verfügt zurzeit über zwei große Produktionsstätten in Rumänien, in Sighisoara und Sovata. Die Griechen von Tyras (www.olympusdairy.ro) sind 1999 auf den rumänischen Markt getreten. 2009 bauten sie eine hoch technologisierte Kühlanlage in Crevedia und eine Milchfabrik in Halchiu, Kreis Brașov. Jetzt sind sie auf Platz 3 in der Milchverarbeitungsindustrie vorgerückt.

Agrana (www.agrana.ro), Nestle (www.nestle.ro), Star Foods (www.pepsico.ro), Chipita (www.chipita.ro), Ferrero (www.ferrero.ro), Intersnack (www.intersnack.ro), Jacobs Douwe Egberts (www.jacobsdouweegberts.com), Strauss (www.doncafe.ro), Mars (www.mars.com) und Julius Meinl (www.kandia-dulce.ro) sind auf dem rumänischen Markt aktiv und haben Produktionsstätten in verschiedenen Teilen des Landes. Die Schokoladenfabriken Kandia (www.kandia-dulce.ro) und Heidi Chocolat (www.heidi.ro) gehören den Österreichern von Julius Meinl.

Der Speiseölmarkt wird von zwei ausländischen Unternehmen beherrscht – den Amerikanern von Bunge (www.bunge.com) und der französischen Gruppe Sofiproteol (www.expur.ro). Bunge besitzt drei Pflanzenölfabriken in einer Reichweite von 1.000 km, zwei in Rumänien (Buzău und Lehliu) und eine dritte in Ungarn. Die Gruppe ist einer der wichtigsten Händler auf dem lokalen Markt und einer der Marktführer für Speiseöl und Bio-Diesel. Expur hat zwei Werke im Süden Rumäniens, in Urziceni und Slobozia. 2013 wurden die Produktionskapazitäten in Slobozia konsolidiert, als Expur die Marke Untdelemn de la Bunica kaufte.

Eine Ausnahme ist die Backwarenindustrie, die grundsätzlich von rumänischen Unternehmen geführt wird. Eine Erklärung dafür ist der niedrige Preis von Brot, der in Rumänien zu 45% unter dem EU-Durchschnitt liegt, was somit eine reduzierte Wirtschaftlichkeit der Unternehmen dieser Branche bewirkt. Marktführer ist die rumänische Gruppe Vel Pitar (www.velpitar.ro) mit einem Umsatz im Jahr 2016 von 37 Mio. EUR. Platz 2 gehört wiederum

einer rumänischen Firma, Sam Mills (www.sammills.eu), wobei der drittgrößte Hersteller der österreichische Konzern GoodMills (www.titan.ro) ist.

Relevante Ansprechpartner in der Branche sind der Verband ROMALIMENTA (Federația Patronală Română din Industria Alimentară): www.romalimenta.ro und Proagro (der Verband der rumänischen Landwirtschaft- und Lebensmittelindustrie): www.cnproagro.ro/en/.

Konsumverhalten: Vorliebe für innovative und deutsche Nahrungsmittel

Der organisierte oder moderne Einzelhandel breitet sich in den letzten Jahren weiter aus. Mittlerweile erobert er auch sekundäre und tertiäre Städte. Dies erlaubt der ländlichen Bevölkerung einen verbesserten Zugang zu neuen Einkaufsmöglichkeiten. Gut 45% der Rumänen wohnt auf dem Land. Eigenanbau und -verarbeitung von Obst und Gemüse, unverpackte Molkereiprodukte und traditionelle Verbrauchsmuster überwiegen dort noch. Jedoch baut sich das Stadt-Land-Gefälle schrittweise ab. Nahrungsmittel und nichtalkoholische Getränke halten mit 36% einen hohen Anteil an den Konsumausgaben der privaten Haushalte.

Der moderne Lebensmittelhandel ist nahezu ausschließlich von internationalen Ketten aus Deutschland (Schwarz-Gruppe, Metro, Rewe), Frankreich und Belgien geprägt, die mit rumänischen Lieferanten kooperieren. Über 2.000 Verkaufspunkte decken zahlreiche Geschäftsformate. Die Präferenzen der Käufer gehen in Richtung der kleineren Supermärkte und der Nachbarschaftsläden. Einzelhandelsketten gewinnen immer mehr Marktanteile in kleineren Städten, während in Großstädten die Angleichung an westliche Ernährungsgewohnheiten Chancen auch für Nischenanbieter eröffnet.

Die Käufer fragen dabei nicht nur größere Mengen, sondern auch höhere Qualität und ein breiteres Sortiment nach. Immer stärker interessieren sich rumänische Konsumenten für Spezialitäten und Gourmet-Produkte. Die Angleichung an westliche Lebensweisen und Verbrauchsmuster vollzieht sich am intensivsten in den Städten. Dies begünstigt industriell verarbeitete Lebensmittel generell. Bio-, vegetarische und vegane sowie zucker- und fettreduzierte Erzeugnisse sind auf dem Vormarsch und bieten auch kleinen Händlern Nischen. Fisch und Meeresfrüchte gewinnen aus Gesundheitserwägungen langsam gegenüber Fleisch. Weniger Zeit zum Kochen erhöht die Nachfrage nach Fertiggerichten. Die Internationalisierung der Küche erfordert neue Zutaten. Intensive Werbung und Verkaufsförderung stützen die innovativen Trends und formen das Verbraucherverhalten. Experten behaupten, Rumänen seien von allen EU-Bürger diejenigen, die am ehesten Lebensmittelprodukte aus dem Ausland bevorzugen. Deutsche Produkte haben mit dem Siegel Made in Germany bzw. Made in Bavaria eine gute Startposition.

Bavarian Lifestyle und cooking-experience ist in Rumänien paradoxerweise sehr beliebt, aber noch dürftig bekannt. Rumänen reisen gerne zum Oktoberfest nach München, lieben die bayerische Tracht und machen gerne überall mit, wo es um Bayern geht. Viele Hotels und Restaurants in Rumänien organisieren Veranstaltungen für das Oktoberfest, in Kronstadt wird seit Jahren sogar richtig gefeiert. Demzufolge würden die bayerischen Produkte in Rumänien einen großen Absatzmarkt finden.



Deutsch-Rumänische
Industrie- und Handelskammer
Camera de Comerț și Industrie
Româno-Germană



Quellen

AHK eigene Recherche

Eurostat

GTAI

marketplace romania

Rumänisches Prognoseamt

Rumänisches Statistikamt

Ansprechpartner (Anmeldung und Informationen)

- AHK Rumänien, www.rumaenien.ahk.de

Ruxandra Dumitrescu

Manager Market Entry & Business Development

Tel.: +40212079148

E-Mail: dumitrescu.ruxandra@ahkrumaenien.ro

Iulia Enache-Binder

Assistant Consultant Market Entry & Business
Development

Tel.: +40212079110

E-Mail: binder.iulia@ahkrumaenien.ro

- alp Bayern, www.alp-bayern.de

Gundula Dietrich

Tel.: +4989 2182 2359

E-Mail: gundula.dietrich@alp.bayern.de