



# MEXIKANISCHE NAHRUNGSMITTELBRANCHE EXPANDIERT

## Florierender Export / Umfangreiche Investitionen / Von Florian Steinmeyer

Mexiko-Stadt (gtai) - Steigende Bevölkerungszahlen, eine höhere Kaufkraft und eine stärkere Nachfrage insbesondere nach verpackten Produkten halten die mexikanische Verpackungsindustrie in Schwung. Mit etwa 55% kam der Hauptteil der Verpackungsnachfrage aus der Nahrungsmittelbranche. Die Einbußen im Nahrungsmittelsektor nach der Steuerreform von Anfang 2014, durch welche kalorienreiche Lebensmittel stärker besteuert werden, sind überwunden.

Aufgrund des Bevölkerungswachstums und dem aufstrebenden Agrarsektor wird die Branche in den kommenden Jahren expandieren. Für 2014 bis 2019 prognostiziert BDI Research ein jährliches Absatzplus von 4,5% bei Nahrungsmitteln. Im Jahr 2015 ist der Nahrungsmittelkonsum der gleichen Quelle zufolge um 3,5% gewachsen. Der Einzelhandelsumsatz nahm den Prognosen zufolge 2015 um 6,8% zu. Ebenso wie für die Nahrungsmittelabsatz geht BDI Research für den Zeitraum von 2014 bis 2019 von einer höheren jährlichen Wachstumsrate des Einzelhandels von 7,4% aus.

Mit rund 120 Mio. Einwohnern ist Mexiko ein bedeutender Markt für Nahrungsmittel und Getränke. Außerdem verfügt das Land über Global Player, die in großem Umfang Branchenerzeugnisse exportieren. Dem produzierten Volumen nach stieg die industrielle Nahrungsmittelverarbeitung in Mexiko in den ersten zehn Monaten 2015 um 1,9% gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum; dem Wert nach wuchs sie um 5,3% auf 800,2 Mrd. mexikanische Peso (mex\$; rund 45,6 Mrd. Euro; 1 mex\$ = 0,057 Euro; Durchschnittskurs Januar bis Oktober 2015).

Nach einzelnen Spartenumsätzen untergliedert legten von Januar bis Oktober 2015 insbesondere die Verarbeitung von Fleisch (+11,2%), von Früchten, Gemüse und Fertiggerichten (+7,5%) sowie die Produktion von Zucker und Süßigkeiten (+7,0%) zu. Größte Einzelbereiche der Nahrungsmittelindustrie waren jedoch nach wie vor Backwaren und Tortillas (Produktionswert von 184,4 Mrd. mex\$ im angegebenen Zeitraum; +4,5%) sowie die Verarbeitung von Getreide und Hülsenfrüchten samt Herstellung von Fetten und Ölen (121,8 Mrd. mex\$; +1,8%). Der gesamte Produktionswert von industriell hergestellten Nahrungsmitteln belief sich 2014 laut Statistikamt Inegi auf etwa 849,1 Mrd. mex\$.

**Produktion der mexikanischen Nahrungsmittelindustrie nach ausgewählten Produkten (in 1.000 t; Veränderung in %)**

Produkt	Januar bis Oktober 2014	Januar bis Oktober 2015	Veränderung 2015/2014 *)
Weizenmehl	2.759,5	2.574,5	-6,7
Maismehl	1.960,1	2.013,1	2,7
Frühstückscerealien	145,1	150,8	3,9
Schokolade in Tafeln	13,9	19,6	41,5
Kaugummi	63,0	61,4	-2,5
Hühnerfleisch	117,0	152,1	30,0
Pasta für Suppen	284,8	286,5	0,6
Chilischoten in Konserven	260,3	239,8	-7,9
Käse aus Kuhmilch	293,0	302,9	3,4
Süße Kekse	654,0	683,0	4,4
Joghurt mit Früchten und/oder Getreide	208,3	205,5	-1,3
Trinkjoghurt	283,2	311,4	10,0
Milchpulver	211,1	210,4	-0,3
Thunfisch (eingemacht)	141,7	157,2	11,0
Soßen	121,1	119,8	-1,0
Löslicher Kaffee	32,3	39,3	21,8
Schweinefleisch	259,4	289,2	11,5
Rindfleisch	27,1	26,7	-1,6
Milch, flüssig (1.000 l)	2.968,2	2.966,9	0,0

\*) jeweils Januar bis Oktober, Abweichungen durch Rundungen

Quelle: Statistikamt Inegi

Im Außenhandel ist Mexiko traditionell ein wichtiger Lieferant der USA, wohin rund 75% der Nahrungsmittelausfuhren gehen. In den ersten neun Monaten 2015 stieg die mexikanische Nahrungsmittelausfuhr in die USA um 9,5% an, wofür insbesondere der schwache Wechselkurs des mexikanischen Peso gegenüber dem US-Dollar und die wachsende lateinamerikanische Bevölkerung in den USA verantwortlich sind. Insgesamt legten die Nahrungsmittelausfuhren Mexikos von Januar bis September 2015 gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum um 5,2% zu. Im Gesamtjahr 2014 standen Exporten von 20,5 Mrd. US\$ Einfuhren von 20,2 Mrd. US\$ gegenüber.

## Gutes Konsumklima

Neben dem florierenden Export ist es das Konsumklima, das den Nahrungsmittelherstellern gute Absatzzahlen beschert. Die Umsätze der seit mindestens einem Jahr existierenden Supermärkte stiegen dem Einzelhandelsverband Antad zufolge im Jahresverlauf 2015 von Januar bis November um nominal 4,6%. Im Vorjahr hatte das Wachstum lediglich bei 0,3% gelegen. Zählt man die neu eröffneten

Verkaufsstellen hinzu, stieg der Umsatz von Januar bis November 2015 sogar um nominal 8,2% (2014: 4,9%).

Exporteure profitieren zudem von einer Ende Oktober 2015 erlassenen Steuererleichterung: Demnach entfällt die Sondersteuer auf kalorienreiche Lebensmittel in Höhe von 8% auf Vorprodukte, die in verarbeiteter Form für den Export bestimmt sind. Gleichzeitig lehnte der Senat allerdings den Vorstoß des Abgeordnetenhauses ab, die Sondersteuer auf Getränke zu halbieren, denen nicht mehr als 5 g Zucker pro 100 ml zugesetzt sind.

## Weitere Konzentration des Marktes

Der US-Lebensmittelriese Cargill kündigte im August 2015 umfassende Investitionen in Mexiko an. Das Unternehmen will im Rahmen seines Geschäftsplans 2015 bis 2018 rund 5,5 Mrd. US\$ im Land investieren. Der Hauptteil von 4,5 Mrd. US\$ soll in die Getreideproduktion fließen. Bereits heute besitzt der Konzern 30 Werke in Mexiko. Sojaölproduzent Ragasa gibt 160 Mio. US\$ aus, um 2016 beziehungsweise 2017 eine neue Anlage für die Ölproduktion sowie eine Sojamühle in Betrieb zu nehmen. Erstere soll nach ihrer Fertigstellung rund 600 t pro Tag ausstoßen können. Ragasa ist unter anderem Fabrikant der Speiseölmarke Nutrioli.

Neben neuen Werken investieren die Branchenfirmen weiter in Übernahmen. Pilgrim's Pride, ein Tochterunternehmen des brasilianischen Fleischgiganten JBS, übernahm Anfang Juni 2015 Tyson de Mexico für 400 Mio. US\$. Branchenexperten zufolge konzentriert sich durch die Übernahme die mexikanische Fleischproduktion zunehmend. Etablierte Hersteller wie Bachoco geraten unter Druck.

Auch im Süßwarenbereich gab es eine größere Akquisition: Der US-Konzern Mars kündigte Ende September 2015 an, den mexikanischen Schokoladenfabrikanten Grupo Turin mit 800 Mitarbeitern für einen unbekanntem Betrag zu übernehmen. Damit festigt Mars seine Position auf dem expandierenden mexikanischen Schokoladenmarkt, der 2015 laut dem Marktbeobachter Euromonitor bei einem Umsatz von rund 1,1 Mrd. US\$ um 5,4% wuchs.

Branchenfirmen investieren nicht nur in die Produktionskapazitäten, sondern auch in Restaurants und Verkaufsstellen. Der Restaurantbetreiber Alsea (unter anderem Burger King, Starbucks, Domino's Pizza) will 2016 rund 2 Mrd. mex\$ ausgeben, um 140 neue Filialen in Mexiko zu eröffnen. Allein für die Marke Starbucks, die Alsea in Mexiko vertritt, plant der Konzern 50 neue Cafés. Dunkin' Donuts veröffentlichte Ende Oktober Pläne, nach denen in den kommenden vier Jahren 200 neue Verkaufsstellen eröffnet werden sollen. Die Investitionen dafür betragen 800 Mio. mex\$. Die Marke hatte sich zwischenzeitlich aus Mexiko zurückgezogen, will nun aber in großem Stil zurückkehren und dem Platzhirschen Krispy Kreme Konkurrenz machen.

## Getränke mit guten Aussichten

Ähnlich wie bei Nahrungsmitteln sind auch die Aussichten des Getränkesektors für die kommenden Jahre positiv: BMI Research prognostiziert für die Periode 2014 bis 2019 sowohl für Erfrischungsgetränke als auch für alkoholische Getränke ein Absatzplus von 5,8% pro Jahr. Im Jahr 2015 lag das Wachstum laut dem Marktforscher bei 5,3 beziehungsweise 6,3%. In der Getränkeindustrie ist Mexiko durch die Präsenz von Branchengrößen wie Femsa, Heineken (Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma) und Anheuser-Busch InBev (Grupo Modelo) besonders stark aufgestellt. Der Handelsbilanzüberschuss mit Getränken betrug 2014 rund 3,1 Mrd. US\$.

In den ersten zehn Monaten 2015 wuchs die Getränkeproduktion laut dem Statistikamt wertmäßig um 7,7% auf 251,9 Mrd. mex\$. Höchste Wachstumsrate erzielten destillierte Getränke (außer Destillate aus Zuckerrohr und Agave) mit einem Plus von 75,2% gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum. Es folgten Destillate aus Agave (+16,5%) und Wasser (+15,8%). Erfrischungsgetränke und Bier sind mit einem Produktionswert von 134,6 Mrd. mex\$ beziehungsweise 82,4 Mrd. mex\$ die bei weitem wichtigsten Produktgruppen. Während Erfrischungsgetränke, noch unter dem Eindruck der Steuererhöhung, lediglich um 2,6% zulegen konnten, erhöhte sich die wertmäßige Bierproduktion um 13,6%.

**Produktion der mexikanischen Getränkeindustrie nach ausgewählten Produkten (in Mio. hl; Veränderung in %)**

Getränk	Januar bis Oktober 2014	Januar bis Oktober 2015	Veränderung 2015/2014 *)
Cola-Getränke	110,3	109,7	-0,5
Bier	76,1	80,3	5,6
Limonaden (ohne Cola)	46,0	45,8	-0,5
Filtriertes Wasser (abgefüllt, ohne Kohlensäure)	55,0	64,7	17,8
Energy-Drinks und Sportgetränke	3,3	3,1	-6,2
Säfte und Nektar	6,4	7,8	22,1
Tequila	1,6	1,6	0,7

\*) jeweils Januar bis Oktober, Abweichungen durch Rundungen

Quelle: Statistikamt Inegi

Im Sommer 2015 gab Grupo Modelo bekannt, ein Werk für Aluminiumdosen für 2,8 Mrd. mex\$ sowie eine Bierbrauerei für 2,2 Mrd. mex\$ im süd-mexikanischen Bundesstaat Yucatan zu errichten. Beide Anlagen nehmen voraussichtlich 2017 den Betrieb auf. Das Dosenwerk wird einen Ausstoß von jährlich 1 Mrd. Einheiten haben und verschiedene Marken von Modelo beliefern. Die Brauerei soll 500 Mio. l Bier pro Jahr produzieren. Bereits im Februar kündigte Crown Holdings ebenfalls an, eine Dosenfabrik zu bauen. Das 120 Mio. US\$ teure Werk im nördlichen Bundesstaat Nuevo León soll jährlich 2 Mrd. Dosen ausstoßen und im Mai 2016 den Betrieb aufnehmen.

(FST)

## Dieser Artikel ist relevant für:

Mexiko  
Nahrungs- und Genussmittel, allgemein, Getränke, Nahrungsmittel

<http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/suche,t=mexikanische-nahrungsmittelbranche-expandiert,did=1415630.html>

Datum: 24.02.2016

© 2015 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.