

### Semper steigert Babyfood-Umsätze

Einer der grössten schwedischen Babyfood-Produzenten, Semper, will seine Umsätze in Russland, den GUS und Bulgarien 2004 und 2005 um mindestens 8% auf € 5.8 Mio. steigern.

«Der Babyfood-Markt wächst in Russland um 6–8% im Jahresdurchschnitt», meinte Helen Gustafsson, Semper's Regionalmanagerin für den Ostblock. «Wir wollen den Fuss in diesen Markt setzen, obwohl die Wachstumsraten in den Vorjahren signifikant höher waren. Dem fügte sie bei, dass die Gruppenumsätze in Russland und den GUS in den letzten Jahren um 17%–19% jährlich zunahmen.

Zurzeit verkauft Semper 79% seiner Produkte in Schweden, 9% in Finnland und 3% in Grossbritannien. Die Zielsetzung ist, einen 30% Marktanteil im Premium Babyfood-Segment in den GUS zu erreichen. Dies allerdings ohne eine Produktion in Russland oder den GUS zu erstellen.

### Sardus beisst in den Sandwich-Sektor

Die schwedische Food-Gruppe Sardus hat im Rahmen einer Expansionsstrategie zwei Sandwich-Produzenten gekauft. Sardus konzentriert sich auf leichte Fertigmahlzeiten. Die beiden gekauften Firmen, **Allt Smörgås**, Stockholm und **Smörgåsfabriken** in Norrköping, werden in der neuen Geschäftseinheit Sardus Leichtmahlzeiten zusammengefasst. **Allt Smörgås** und **Smörgåsfabriken** produzieren beide ready-to-eat-Sandwichs und Salate, hauptsächlich für den Detailhandel und Tankstellenshops. 2004 setzten sie zusammen umgerechnet € 13.4 Mio. um.

«Die Akquisition ist ein wichtiger Teil unserer Fokussierung auf leichte Mahlzeiten – das heisst Mahlzeiten, leicht zubereitet, leicht zu essen und leicht in Bezug auf den Fettgehalt. Die meisten Produkte, die hergestellt werden, können in der einen oder anderen Form Teil einer Mahlzeit sein», meinte der Präsident von Sardus, Ragnar Bringert.

«Der Markt für Fertig-Sandwichs ist in den letzten Jahren stark gewachsen. In einer internationalen Perspektive jedoch ist immer

noch Raum für Wachstum. Das Starten einer neuen Geschäftseinheit verstärkt den Fokus auf Leichtmahlzeiten.»

«Unsere Idee ist es, ein komplettes Angebot an Leichtmahlzeiten zusammenzustellen und dieses Angebot dem Konsumenten im Detailhandel zu offerieren. Aus unserem bestehenden Sortiment und durch zukünftige Akquisitionen», fügte er bei.

Noch im letzten Dezember gab Sardus eine Reduktion der Umsatzprognosen für das Jahr 2004 von SEK 110 auf SEK 90 bekannt. Der dänische Betrieb der Gruppe, **3-Stjernet**, blieb unter den Umsatzerwartungen, weil die geplanten Exportumsätze nicht erreicht wurden und wegen der härteren Konkurrenz in Dänemark. Die Konkurrenz besteht hauptsächlich aus ausländischen Billiganbietern. Zusätzlich schwächten sich die Margen im schwedischen Markt ab. Sardus ist einer der führenden Produzenten von Sandwich-Garnierungen und von Tiefkühlprodukten.

### Tschechische Verarbeiter kommen in die Klemme

Die Lebensmittelverarbeiter in Tschechien kommen in die Klemme, denn immer mehr Bauern verkaufen ihre Produkte zu höheren Preisen in den inneren EU-Markt, wie die Tschechische Lebensmittelkammer berichtet.

«Eine ganze Anzahl von Lebensmittelverarbeitern wird wahrscheinlich das nächste Jahr nicht überleben, weil ihnen das Rohmaterial fehlt, dass die Bauern zu besseren Preisen exportiert haben», gab die Kammer kürzlich bekannt.

Die Bedeutung des Themas wurde noch unterstrichen durch die Entscheidung der tschechischen Milchproduzenten, ihre Milch an deutsche Molkereien zu verkaufen. Dadurch wurde die tschechische Firma **Madeta** gezwungen, die Käseproduktion in einer der Fabriken einzustellen.

Die Importe von Rohmilch überstiegen in den vergangenen sechs Monaten trotzdem die Exporte. Wobei die Exporte 22 Mio. Liter und die Importe 23 Mio. Liter betragen.

Doch die Handelsströme fließen regional. Denn die Exporte gehen nach Deutschland, und die Importe kommen aus Polen.

### Supermärkte sind stärker

Währendem die tschechischen Bauern höhere Preise für ihre Produkte verlangen, waren die Verarbeiter nicht in der Lage, gegenüber den Supermärkten höhere Preise für Fleisch und Milchprodukte durchzusetzen.

«Wir sind ganz einfach eingeklemmt zwischen den Landwirten und dem Detailhandel, und die Schwächeren von uns werden aus dem Markt gedrängt», warnte der Präsident der tschechischen Lebensmittelkammer Jaroslav Camplik.

### Polnisches Vieh trieb 2004 die Exporte an

Die polnischen Agrar-Exporte erreichen wahrscheinlich ein Rekordvolumen von € 4.6 Mia. im Jahre 2004, währendem die Importe € 3.7 Mia. erreichen sollen. Dies gemäss den Zahlen, die vom Institut für Landwirtschaft und Lebensmittel **IERIGZ**.

Signifikante Zunahmen wurden 2004 für die Exporte von Hühnerfleisch, Rindfleisch, Fleischwaren, Vieh und besonders Milchprodukte festgestellt.

Doch ein Defizit wird nach der schlechten Ernte 2003 nochmals bei den Ackerfrüchten erwartet.

### Russland steigert Fleisch- und Milchproduktion

Russland steigerte seine Produktion von Fleisch- und Milchprodukten zwischen Januar und Oktober 2004, gemäss der russischen Presseagentur Interfax.

Die Fleischproduktion stieg um 1.2 % auf 1.4 Mio. Tonnen, verglichen mit der Vorjahresperiode. Die Wurstproduktion stieg um 7.6% auf 1.5 Mio. Tonnen und die Produktion von Vollmilch um 2.5% auf 7.3 Mio. Tonnen. Brot und Backwaren erlebten eine Zunahme von 4% auf 6.7 Mio. Tonnen.

Die russische Lebensmittelindustrie als Ganzes erhöhte den Ausstoss in den gleichen zehn Monaten um 3.8%, währendem der Mehl- und Graupenausstoss um 3.1% fiel.