

Friedrich-Schiller-Universität

Hausarbeit

im Rahmen des Seminars „Lebensmittelmärkte“ – WS 04/05

Dozent:

Herr Dr. Bachmann

Thema:

Der Markt für Süßwaren und Schokolade in Deutschland

Name: Marion Seidel

Anschrift: Talstraße 55
07743 Jena

Fachsemester: 7

Matr.-Nr.: 56607

Jena, den 13.10.2004

Inhaltsverzeichnis

1) Einleitung	1
2) Angebot von Rohstoffen, Süßwaren und Schokoladewaren	3
2.1 Herkunft und Verarbeitung von Rohkakao und Zucker	3
2.1.1 Hauptlieferländer von Rohkakao	3
2.1.2 Verarbeitung von Rohkakao und Anteil an der Weltverarbeitung.....	4
2.1.3 Angebot und Verarbeitung von Zucker	5
2.2 Bedeutung der Süßwaren- und Schokoladewarenindustrie.....	6
2.2.1 Betriebe der Süßwaren- und Schokoladewarenindustrie.....	6
2.2.2 Produktion von Süßwaren und Schokoladewaren	10
2.2.3 Umsatz der Süßwarenindustrie.....	12
2.3 Inlandsangebot an Süßwaren und Schokoladewaren.....	13
3) Nachfrage im Sektor der Süßwaren und Schokoladewaren	14
3.1 Produktionsanteile einzelner Süßwaren- und Schokoladewarerzeugnisse.....	14
3.2 Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs und der Verzehrsgewohnheiten.....	15
4) Außenhandelsentwicklung von Süßwaren und Schokoladewaren	18
4.1 Import.....	18
4.1.1 Import von Rohkakao.....	18
4.1.2 Import von Süßwaren und Schokoladewaren.....	19
4.1.3 Hauptlieferländer von Süßwaren und Schokoladewaren.....	20
4.2 Export	21
4.2.1 Export von Rohkakao	21
4.2.2 Export von Süßwaren und Schokoladewaren.....	22
4.2.3 Hauptabnehmerländer von Süßwaren und Schokoladewaren	23

5) Preisentwicklung und –bestimmung von Süßwaren und Schokoladewaren.....	25
5.1 Preise für Kakao und Zucker.....	25
5.1.1 Warenterminbörsen und Entwicklung des Kakao-Preises.....	25
5.1.2 Entwicklung des Zucker-Preises	27
5.2 Problematik bei den Ausfuhrerstattungen für Süßwaren.....	29
5.3 Abkommen zur Sicherung stabiler Verbraucherpreise in Deutschland.....	31
5.4 Preise für Süßwaren und Schokolade	32
5.4.1 Entwicklung des Preisindex für Nahrungsmittel und Süßwaren.....	32
5.4.2 Preisbildung und –entwicklung von Schokoladewaren.....	33
5.4.3 Billige Discountersüßwaren und Qualitätsbeeinflussungen.....	35
5.5 Werbung in der Süßwarenbranche und ihre Kosten.....	36
5.5.1 Werbestrategien in der Süßwarenbranche	36
5.5.2 Werbeaufwendungen für Süßwaren und Schokolade.....	37
6) Zusammenfassung	39
7) Literaturverzeichnis	42

1) Einleitung

Der Verzehr von Süßwaren, speziell von Schokolade, stillt das heutige Bedürfnis der Menschen nach Anregung und Entspannung. Man wird teilweise wieder an seine eigene Kindheit erinnert, in der heute wie damals Süßwaren ein fester Bestandteil sind.

Die Schokolade ist ein sehr traditionelles Produkt, dessen Ursprung in der Entdeckung und Weitergabe des Kakaos liegt. Die mittelamerikanischen Kulturen wurden vor über 3000 Jahren auf den Kakao aufmerksam. Als gesichert gilt heute, dass die Olmeken die ersten waren, welche den Kakao züchteten.

Zu Zeiten der Mayas und Azteken wurde der Kakao nicht nur als „göttliches Getränk“, sondern auch als Zahlungsmittel und zur Herstellung von Medikamenten genutzt.¹

Die Spanischen Eroberer, beeindruckt von der Nahrhaftigkeit des Kakaos, brachten den Göttertrank nach Europa. Seit Beginn des 17. Jahrhunderts wurde die Schokolade auch an anderen Höfen in Europa bekannt; im 18. Jh. wurde sie schließlich zu einem Statussymbol der Aristokraten.² Im Verlauf des 19. Jahrhunderts wandelte sich Schokolade von einem Luxusartikel zu einem Nahrungsmittel für breitere Bevölkerungskreise. Ermöglicht wurde dieser Wandel zum einen durch eine Ausweitung der Kakaoanbaugebiete und damit der verfügbaren Menge an Kakao, zum anderen durch die technische Entwicklung im Zuge der Industrialisierung. Durch diese und die fortschreitende Arbeitsteilung wurden Menschenmassen in die Städte gelockt. Im Laufe der Zeit stieg der allgemeine Wohlstand und mit ihm erhöhte sich der Verbrauch von Genussmitteln.

Heute ist Schokolade kaum mehr vom Frühstückstisch, als Nascherei zwischen durch oder als Spezialität am Abend, wegzudenken.³

Die Süßwaren sind Lebensmittel, bei denen der Genussaspekt im Vordergrund steht. Es handelt sich um Verbrauchsgüter, die nicht als lebensnotwendig gelten. Sie hängen daher weit stärker als sonstige Verbrauchsgüter von den Verbrauchsgewohnheiten und dem allgemeinen Lebensstandard ab.

Eine allgemein verbindliche lebensmittelrechtliche Definition der Bezeichnung Süßwaren gibt es nicht. Der Begriff umfasst eine breite, recht heterogene Produktpalette. Laut dem Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) gehören zu den *Süßwaren* Schokolade und Schokoladewaren, Kakaerzeugnisse, Kakao- und

¹ www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/TexteSchokogeschichte_01.doc, 03.09.2004.

² www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/exe/schokoladeinEuropa_01.doc, 03.09.2004.

³ www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/IndustrialisierungderSchokoladenproduktion_01.doc, 03.09.2004.

Schokoladehalberzeugnisse, kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen, Rohmassen, Zuckerwaren und feine Backwaren wie Kekse, Lebkuchen oder Waffeln. Aber auch Knabberartikel, von Chips bis hin zu Nüssen, und Speiseeis werden zu den Süßwaren gerechnet.⁴ Nicht zu den Süßwaren gehören jedoch Honig, Konfitüren, süße Joghurtherzeugnisse, Limonaden und andere Produkte.

Der BDSI teilt die *Schokolade und Schokoladewaren* in ungefüllte Tafeln und Riegel, gefüllte Tafeln und Riegel, andere ungefüllte Schokoladeerzeugnisse, andere gefüllte Schokoladeerzeugnisse sowie Pralinen alkoholhaltig und nicht alkoholhaltig ein. Hinzu kommen noch die kakaohaltige Zuckerwaren und die weiße Schokolade.⁵

Die Hersteller können die Kakaozwischenprodukte mit anderen Stoffen, wie Zucker, Milch und Nüssen kombinieren. Die so gewonnenen Schokoladeerzeugnisse bringen eine größere Vielfalt in die Regale der Einkaufsläden.

Mit 270 Betrieben stellte die Süßwarenindustrie 2002 einen prozentualen Anteil von 4,6% an den Gesamtbetriebszahl des Ernährungsgewerbes dar.⁶

Weiterhin nahm die Süßwarenindustrie im Jahre 2002 den dritten Platz im Vergleich der Umsätze und der Anzahl der Beschäftigten wichtiger Zweige des Ernährungsgewerbes in der BRD ein. Außerdem machte sie einen Anteil von 9,7% am Umsatz und 10,6% an der Beschäftigtenzahl des Ernährungsgewerbes aus.⁷

Ziel dieser Arbeit ist es den allgemeinen Marktaufbau für Süßwaren und Schokolade in Deutschland darzustellen. Daraus ergeben sich die folgenden zu betrachtenden Schwerpunkte:

- Angebot und Verarbeitung in Deutschland
- Nachfrage und Verbrauch in Deutschland
- Außenhandel mit europäischen und nicht-europäischen Ländern
- Preisentwicklung und –beeinflussung.

Hierbei wird das Verhalten der Verbraucher und der Hersteller beschrieben. Es kann somit auch ein Einblick in die Süßwarenindustrie und deren Ansichten gewonnen werden. Je nach ermittelten Angaben werden unterschiedliche Zeiträume betrachtet. Die Bearbeitung des Themas erfolgte über Literaturrecherche. Es wurde hauptsächlich Primärliteratur verwendet bzw. Sekundärliteratur in Form von Internetadressen z.B. deutscher Verbände.

⁴ „Süßwarentaschenbuch 2002 – Struktur und Entwicklungstendenzen der Süßwarenindustrie der Bundesrepublik Deutschland“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V., 2003, Tabelle 23, S.46.

⁵ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 24, S.47.

⁶ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 1, S.8.

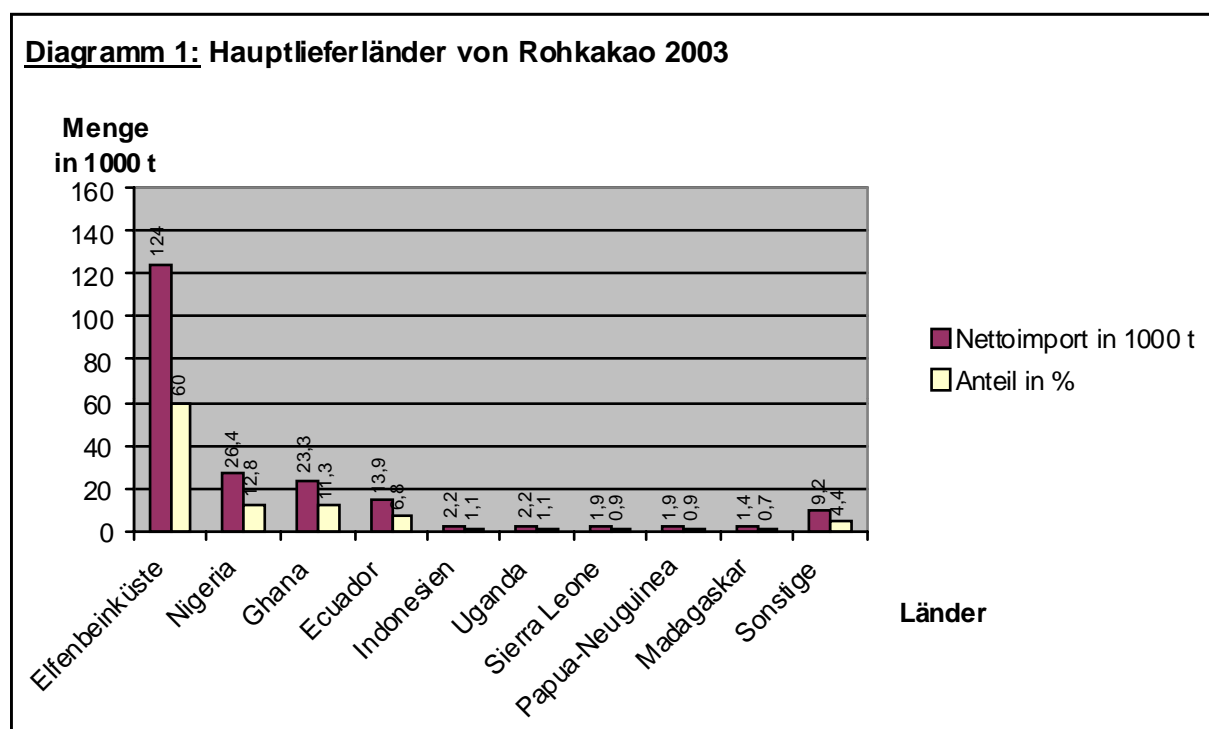
⁷ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 2,3, S.9,10.

2) Angebot von Rohstoffen, Süßwaren und Schokoladewaren

2.1 Herkunft und Verarbeitung von Rohkakao und Zucker

2.1.1 Hauptlieferländer von Rohkakao

Kakao ist einer der Hauptbestandteile der Schokolade. Neben den Netto-Bohnenimport, die in Deutschland verarbeitet werden, spielen auch die Netto-Importe an Kakaobutter, Kakaopulver und –kuchen sowie an Kakaomasse eine wesentliche Rolle. Deutschland importiert heute Kakaobohnen hauptsächlich aus den ehemaligen europäischen Kolonien in Afrika und nur noch teilweise aus Mittelamerika, den Ursprungsländern der Kakaopflanze.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 1* zeigt die Hauptlieferländer von Rohkakao im Jahre 2003. Das mengenmäßig größte Lieferland ist die Elfenbeinküste, mit 124.000 t macht sie 60% des Rohkakaoimports von Deutschland aus. Weitere wichtige Lieferländer sind Nigeria mit 26.400 t (12,8%) und Ghana mit 23.300 t (11,3%). Außerdem bezieht Deutschland kleinere Lieferungen aus Ecuador (6,8%), Indonesien (1,1%), Uganda (1,1%), Sierra Leone (0,9%), Papa-Neuguinea (0,9%) und Madagaskar (0,7%).⁸

Die Ausweitung der afrikanischen Kakaoproduktion erfolgte in den letzten Jahrzehnten unverhältnismäßig stark. Sie trug damit entscheidend zu dem kräftigen Anstieg der

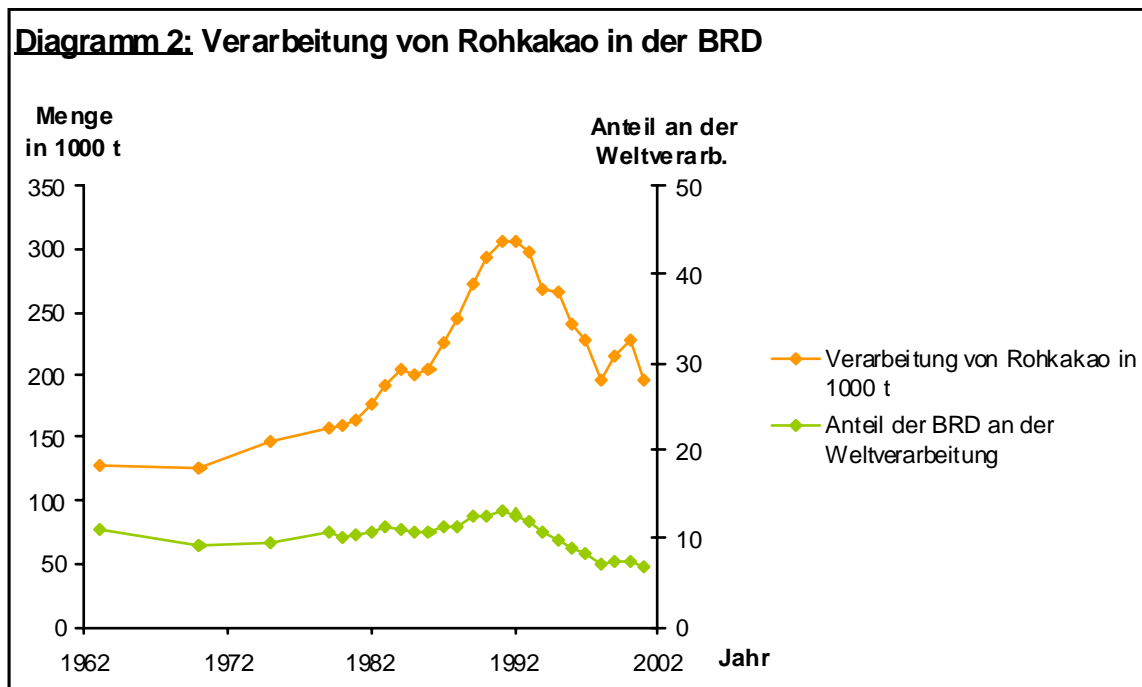
⁸ www.bdsi.de/schoko/fs08_a.html, 23.082004.

Weltproduktion bei. Somit sind heute afrikanischen Anbaugebiete zum wichtigsten Träger der Kakaokultur geworden. Das Angebot von Kakaobohnen ist abhängig von der Gesundheit der Pflanzen, den klimatischen Bedingungen, der Ernteausbeute und vielem mehr. Ein weiterer limitierender Faktor für den Gesamtertrag ist die lange Zeit von vier bis fünf Jahren bis die Kakaosträucher geerntet werden können.

2.1.2 Verarbeitung von Rohkakao und Anteil an der Weltverarbeitung

Die Rohkakao verarbeitende Industrie führt den primären Prozess der Umwandlung von Kakaobohnen zu Zwischenprodukten wie Kakaopaste, Kakaobutter und Kakaopulver durch. Hierbei werden noch keine nicht-kakaohaltigen Substanzen zugeführt, dies geschieht erst beim nächsten Schritt der Schokoladeherstellung.⁹

Anfang der 90er Jahre war Deutschland der zweitgrößte Verarbeiter von Kakaobohnen nach den USA. 12% der Weltvermahlung wurden hier getätigt. Ursache dafür ist der große Markt an halb verarbeiteten Kakaoprodukten in Deutschland, deren Handel einen wichtigen Teil unserer Wirtschaft ausmacht. Im Durchschnitt war Deutschland damals Nettoexporteur von Kakaopulver und Kakaopaste, aber Nettoimporteur von Kakaobutter.¹⁰



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

⁹ „Prospects for the world cocoa market until the year 2005“, New York, united nations conference on trade and development, 1991, report by the UNCTAD secretariat and the secretariat of the international cocoa organization, S.73.

¹⁰ „Prospects for the world cocoa market until the year 2005“, S.102.

Das *Diagramm 2* zeigt die mengenmäßige Verarbeitung von Rohkakao in der BRD. Insgesamt ist die Verarbeitungsmenge seit 1963 mit 128.000 t um 67.000 t (52,3%) auf 195.000 t im Jahre 2001 gestiegen. Seit 1980 erfolgten enorme Schwankungen der Rohkakaoverarbeitungsmenge.

Der Höchstwert der Verarbeitung lag 1991 bei 306.000 t. In diesem Jahr hatte Deutschland auch den höchsten Anteil an der Weltverarbeitung mit 13%. Im Jahre 1997 kam es zu einem Tiefstand der Verarbeitung bei 197.000 t. Die Ursache hierfür liegt in der Verlagerung der Produktion von Kakaohalberzeugnissen in die westeuropäischen Nachbarländer Niederlande, Belgien/Luxemburg und Frankreich. Danach erhöhte sich der Markt wieder bis 2000 auf 227.000 t. Im Jahre 2001 sank der Verarbeitungswert wieder auf 195.000 t.

Die BRD war im Jahre 2001/02 nach den Niederlanden und den USA der größte Rohkakaoverarbeiter der Welt. Der Weltverarbeitungsanteil ist insgesamt seit 1963 mit 11,1% auf 6,8% im Jahre 2001 stark gesunken. Auch hier kam es seit 1980 zu Schwankungen in den Werten.¹¹

2.1.3 Angebot und Verarbeitung von Zucker

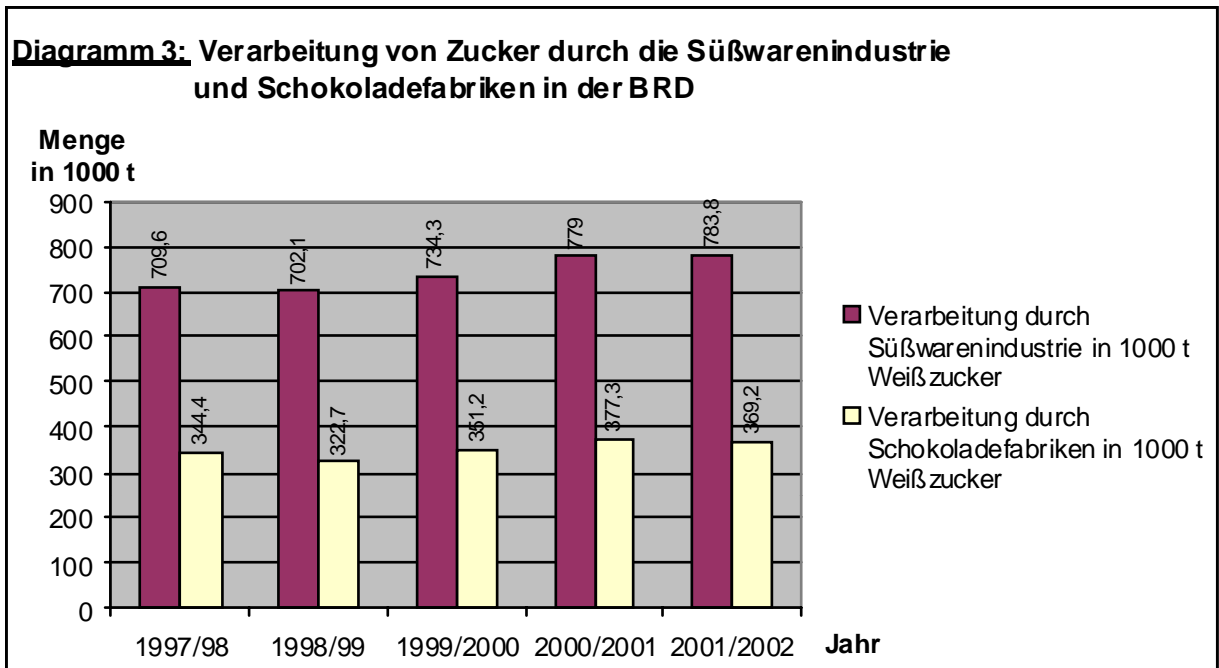
Der Selbstversorgungsgrad von Zucker stieg seit 1997/1998 von 149% auf 160% in den Jahren 1999/2000, daraufhin fiel er rapide auf 136% in den Jahren 2001/2002 ab. Durch den hohen Selbstversorgungsgrad herrscht nur ein geringer Import von Weißzucker nach Deutschland.¹²

Die Herstellung von Weißzucker sank in ähnlichen Ausmaßen seit 1998/1999 von 4,037 Mio. t auf 3,740 Mio. t in den Jahren 2001/2002 (-7,4%). Der Nahrungsmittelverbrauch an Weißzucker stieg seit 1998/1999 von 2,676 Mio. t auf 2,755 Mio. t in den Jahren 2001/2002 (3%). Das Inlandsangebot lag 1998/1999 bei 2,711 Mio. t und stieg dann ebenfalls leicht auf 2,783 Mio. t in den Jahren 2001/2002.¹³

¹¹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 114, S.148.

¹² „Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2003“, Münster-Hiltrup, Landwirtschaftsverlag GmbH, 2003, Tabelle 208, S.188.

¹³ „Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2003“, Münster-Hiltrup, Landwirtschaftsverlag GmbH, 2003, Tabelle 251, S.226.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 3* zeigt die mengenmäßige Verarbeitung von Zucker durch die Süßwarenindustrie und Schokoladefabriken in der BRD. Die Verarbeitung von Zucker durch die Süßwarenindustrie erhöhte sich seit 1997/98 mit 709.600 t auf 783.800 t in den Jahren 2001/2002. Insgesamt ist hier ein Anstieg um 10,5% zu verzeichnen. 1998/99 sank die Verarbeitung leicht auf 702.100 t (-1,1%).

In ähnlichem Verhältnis stieg die Verarbeitung von Zucker durch die Schokoladefabriken. Seit 1997/98 erfolgte eine Zunahme der Werte von 344.400 t auf 369.200 t in den Jahren 2001/2002. Dies ergibt im Ganzen eine Steigerung der Verarbeitung um 7,2%. Auch hier sanken die Werte 1998/99 auf 322.700 t (-6,3%). 2001/2002 war wieder ein leichter Abwärtstrend auf 369.200 t zu verzeichnen.¹⁴

2.2 Bedeutung der Süßwaren- und Schokoladewarenindustrie

2.2.1 Betriebe der Süßwaren- und Schokoladewarenindustrie

In Deutschland gibt es bedingt durch den hohen Verbrauch sehr viele große und kleine Schokoladehersteller. Die ältesten Fabriken wurden in Halle (1804), Nürnberg (1816), Berlin (1817), Glauchau (1821), Leipzig (1821) und Dresden (1823) gegründet.¹⁵

¹⁴ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 113, S.147.

¹⁵ Zitek Rudolf „Kaffee, Tee, Kakao“, Mumau, München, Innsbruck, Olten, Orionbücher Verlag Sebastian Lux, S.64.

Heute gibt es neben den großen marktbeherrschenden Unternehmen auch eine ganze Reihe kleinerer Hersteller. Diese haben sich auf die Produktion von Edelschokolade und feinen Pralinen spezialisiert und vertreiben sie oft auch außerhalb Deutschlands mit großem Erfolg.

Die größten Schokoladeproduzenten in Deutschland sind die Konzerne Ferrero (aus Italien), Stollwerck (Deutschland), Kraft Foods (USA), Ludwig Schokolade (Deutschland) und Alfred Ritter (Deutschland).¹⁶

Einige populären Marken von Ferrero sind Nutella, Rocher, Raffaello, Mon Cheri, Ferrero Küsschen, Tic Tac und zahlreiche Kinderprodukte, wie z.B. Kinderschokolade und Überraschungseier. Dieser Konzern gehört heute zu den erfolgreichsten Süßwarenherstellern weltweit.¹⁷

Die Stollwerck AG besitzt unter anderem die Marken Alpen Gold, Alpia, Gubor, Sarotti, SCHO-KA-KOLA, Sprengel und Stollwerck. Im Markt für Tafelschokolade belegte sie 1998 in Deutschland Platz 2. Stollwerck gehört heute zu über 98% zum weltweit größten Schokoladekonzern Barry Callebaut.¹⁸

Die Kraft Foods Inc. gehört zum Konzern Altria und besitzt die Marken Daim, Marabou, Milka, Suchard, Toblerone, Kaba und Suchard-Express. Die Marktanteile für Schokolade betragen 1999: Tafel 24%, Riegel 2,7%, Pralinen 4,9% und Saisonartikel 19,9%. Das international tätige Unternehmen umfasst zahlreiche vertraute Marken in fast jedem Land der Welt.¹⁹

Die Ludwig Schokolade GmbH & Co. KG gehört heute zur Krüger GmbH & Co. KG. Dieser Konzern ist einer der größten Hersteller für preiswerte Schokoladen in Deutschland mit den Marken Trumpf, Novesia, Mauxion und Regent. Schogetten von Trumpf sind z.B. ein bekanntes Billigschokoladeprodukt.²⁰

Die Alfred Ritter GmbH & Co. KG stellt „quadratisch-praktische“ Schokoladetafeln her. Die unter der Marke Ritter-Sport vertriebenen kleinen und großen Schokoladenquadrate gibt es in sehr vielen verschiedenen Geschmacksrichtungen. Der Marktanteil von „Ritter Sport Mini“ für Tafelschokolade unter 100 g betrug im Jahre 1999 31%. Die Hauptabsatzmärkte im Ausland sind die skandinavischen Länder, darunter besonders Dänemark, Österreich und Italien.²¹

¹⁶ www.theobroma-cacao.de/land/deh.htm, 15.09.2004.

¹⁷ www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=280, 15.09.2004.

¹⁸ www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=375, 15.09.2004.

¹⁹ www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=415, 15.09.2004.

²⁰ www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=457, 15.09.2004.

²¹ www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=577, 15.09.2004.

Darüber hinaus gibt es noch Nestlé, einen der bekanntesten und größten Lebensmittelhersteller. Der Konzern setzt weltweit erfolgreich auf Markenprodukte. Dabei nehmen die Süßwarenmarken nur einen Teil von 9 % des gesamten Produktsortimentes ein. Die Nestlé Deutschland AG besitzt unter anderem die weit verbreiteten Marken Kit Kat, Lion, Smarties, Rolo, Yes, After Eight, Cailler, Nuts, Choco Crossies und Nesquik.²²

Die Marken des Storck-Konzerns sind global aber vor allem in Europa bekannt. Zu ihnen zählen z.B. Merci, Chocolat Pavot, Knoppers, Riesen, Super Dickmanns, Toffifee, Mamba, Werther`s Original, Campino und Nimm 2.²³

Mars incorporated produziert in 60 Ländern und verkauft in über 100 Ländern seine Waren. M & M`s, Milky Way, Mars, Snickers und Twix gehören zu den Hauptmarken des Konzerns.²⁴

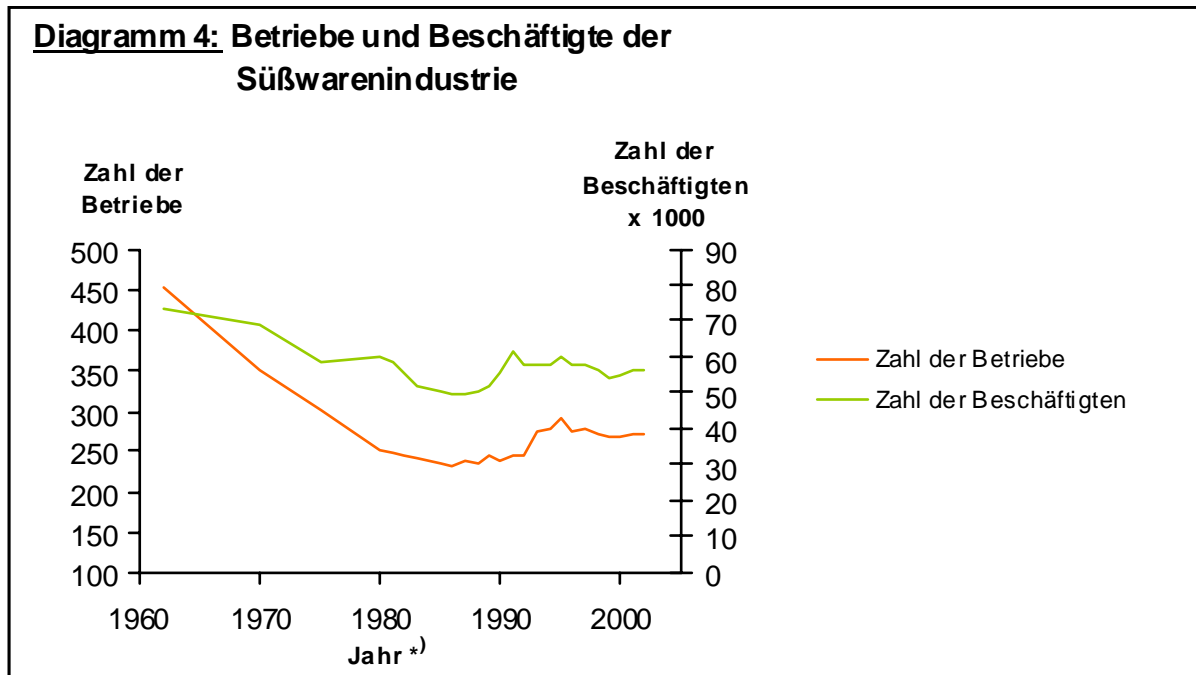
Die kleineren Firmen konzentrieren sich überwiegend auf die Herstellung qualitativ besserer Schokolade und Pralinen. Wobei die Hersteller Wert darauf legen nur die besten Zutaten und einen hohen Anteil an Kakao zu verwenden und in der Regel vollständig auf den Zusatz von Konservierungsstoffen oder künstlichen Aromen zu verzichten. Oftmals verwenden diese Hersteller nur besonders seltene Kakaosorten aus Mittelamerika, so z.B. die Firma Hachez, die ausschließlich Kakao aus Venezuela und Ecuador verwendet. Zu den auch über Deutschland hinaus bekanntesten Firmen zählen Feodora, Hachez, Hussel, Heinemann, und Leysieffer. Viele Hersteller bieten je nach Jahreszeit besondere Weihnachtsschokoladen oder gefüllte Ostereier an. Außer den kleineren gibt es auch größere Unternehmen die Schokolade mit hoher Qualität herstellen. Die Lindt und Sprüngli AG ist weltweit bekannt. Das Unternehmen konnte sich in Deutschland mit großem Erfolg auf erlesene Pralinés-Angebote, Tafelschokolade sowie Confiserie- und Saisonartikel spezialisieren. Weiterhin gibt es ihre Firmen im Ursprungsland Schweiz, in Frankreich, Österreich, Italien, Spanien, USA und Kanada. Die qualitativ höchsten Schokoladen besitzen einen größeren Anteil an Edelkakao²⁵

²² www.suesse-seiten.de, 15.09.2004.

²³ www.storck.de, 15.09.2004.

²⁴ [www.mars.com/what_do_we_do&63/Snack food.asp](http://www.mars.com/what_do_we_do&63/Snack%20food.asp), 15.09.2004.

²⁵ www.theobroma-cacao.de/land/deh.htm, 15.09.2004.



*) ab 1993 = Gesamtdeutschland

ab 1995 = Keine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 4* zeigt die Betriebe und Beschäftigten der Süßwarenindustrie in der BRD.

Die Betriebszahl sank kontinuierlich seit 1962 um fast 60% von 451 auf 270 Betriebe im Jahre 2002. Aus diesen Werten wird der starke Konzentrationsprozess in der Ernährungswirtschaft sichtbar. Die Steigung der Kurve ab dem Jahr 1993 kommt durch die damalige Betrachtung der gesamten deutschen Betriebszahlen zustande. Ab 1996 sinken die Werte wieder kontinuierlich. Die Zahl der Beschäftigten nimmt im gleichen Verhältnis wie die Anzahl der Betriebe ab. 1962 gab es noch 73.026 Beschäftigte in der Süßwarenindustrie und im Jahre 2002 waren nur noch 56.132 Leute beschäftigt. Somit erniedrigte sich die Beschäftigtenzahl in diesem Zeitraum um 23,1%. 1991 kam es wieder zur Erhöhung der Beschäftigtenzahl auf 61.452 und 1995 stiegen die Werte nach vorheriger Senkung auf 60.425. Auch hier erfolgte wieder eine Abnahme der Werte ab 1996. An der Senkung der Arbeiterzahl hat teilweise sicherlich auch die Industrialisierung Schuld, durch die Entwicklung von neuen Maschinen konnte auf viele Arbeitskräfte verzichtet werden.²⁶

Der Trend der Konzentrierung der Firmen setzt sich auch weiterhin fort. Die Hersteller beklagen sich über die Dauertiefpreise einiger Handelsketten (Discounter) und den damit verbundenen Preiswettkampf.

²⁶ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 8, S.19.

Die Zahl der Schokolade- und Schokoladewarehersteller sank 1999 auf 120 industrielle Hersteller.²⁷

Im Jahre 1955 lag der Anteil kleiner Betriebe mit 1-49 Beschäftigten bei 54%. Dagegen waren es 2001 es nur noch 50%. Einen stärkeren Rückgang gab es bei Betrieben mit 50-99 Beschäftigten seit 1955 von 21% auf 15% im Jahre 2001.

Die mittleren Betriebe mit 100-199 Beschäftigten stiegen seit 1955 von 12% auf 13% im Jahre 2001 und die mit 200-499 Beschäftigten stiegen seit 1955 von 8% auf 14% im Jahre 2001.

Bei den Betrieben mit 500-999 Beschäftigten gab es ebenfalls einen Anstieg seit 1955 von 2% auf 6% im Jahre 2001. Die großen Betriebe mit 1000 und mehr Beschäftigten sanken seit 1955 von 3% auf 2% im Jahre 2001.

Somit machen immer noch die ganz kleinen Betriebe die Hälfte der Gesamtsüßwarenbetriebe aus. Ein weiterer großer Anteil liegt bei den kleinen und mittleren Betrieben mit ca. 42%. Die größeren Betriebe machen dagegen lediglich einen kleinen Anteil von 8% aus.²⁸

2.2.2 Produktion von Süßwaren und Schokoladewaren

Die Schokolade herstellende Industrie benutzt Kakao-Zwischenprodukte und andere Substanzen wie Zucker, Milch und Nüsse um Schokoladeprodukte herzustellen.

Es gibt bereits einige Unternehmen, welche die Kakaoverarbeitung und die Schokoladeherstellung innerhalb eines Betriebes durchführen, um so nicht mehr von der jeweils anderen verarbeitenden Industrie abhängig zu sein.²⁹

Deutschland lag 2001 mit 730.660 t auf Platz eins der Produktion von Schokoladewaren in der EU. Danach folgten das Vereinigte Königreich Großbritannien und Nordirland mit 454.225 t und Frankreich mit 269.400 t.³⁰

Während die gesamte deutsche Ernährungswirtschaft 2003 einen Umsatzrückgang von rund einem Prozent hinnehmen musste, hat die Süßwarenproduktion mengen- und wertmäßig zugelegt.

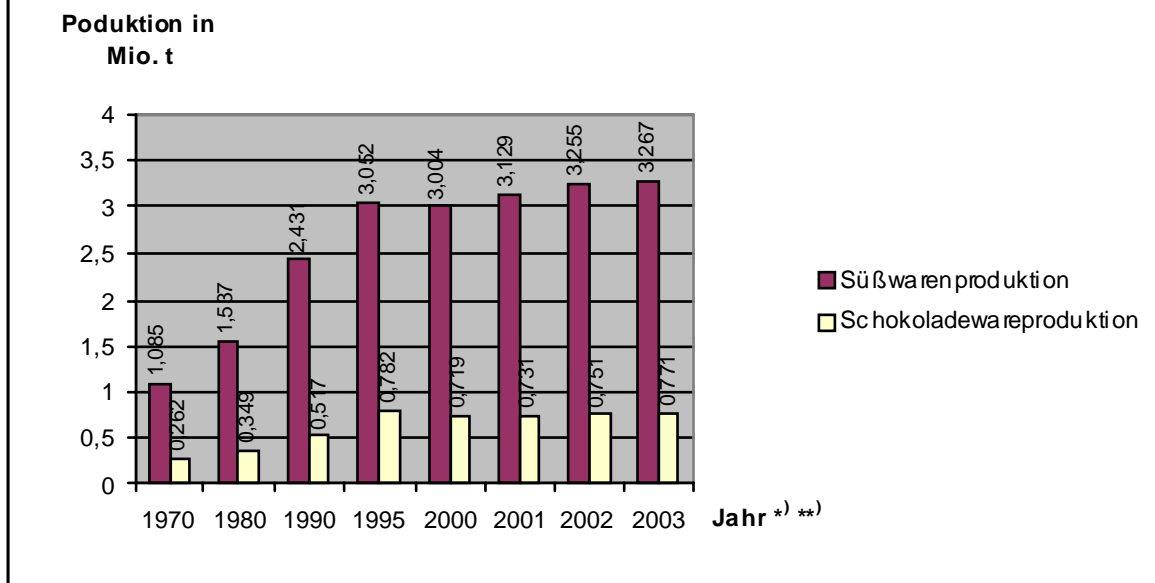
²⁷ „Jahresbericht 1999/2000“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V., 2000, S.11.

²⁸ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 17a, S.35.

²⁹ „Prospects for the world cocoa market until the year 2005“, S.73.

³⁰ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 50, S.75.

Diagramm 5: Mengenmäßige Süßwaren- und Schokoladewareproduktion in der BRD



*) ab 1993 = Gesamtdeutschland

ab 1995 = Keine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren

**) 2003 Quelle: BDSI Internet

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Ab 1990 kam es zu erheblichen Änderungen in der Produktionsstatistik, da ein neues „Güterverzeichnis“ in Kraft trat. 1995 wurde dieses von dem „Systematischen Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken“ abgelöst. Dadurch ist eine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren nicht mehr gewährleistet.³¹

Das *Diagramm 5* zeigt die mengenmäßige Süßwaren- und Schokoladewareproduktion in der BRD. Insgesamt erhöhte sich die jeweilige Produktion seit den 70er Jahren stark.

Seit 1970 ist die Süßwarenproduktion von 1,085 Mio. t auf 3,267 Mio. t im Jahre 2003 um 201,1% angestiegen.^{32,33} Im Jahr 1999 war eine deutlich rückläufige Produktion zu verzeichnen. Dies erklärt sich aufgrund der deutlichen Exporteinbußen in diesem Jahr, welche durch die russische Währungskrise von 1998 verursacht wurden. Die knapp 270 industriellen Süßwarenhersteller mussten damit im dritten Jahr in Folge einen mengen- und wertmäßigen Produktionsrückgang hinnehmen.³⁴

³¹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, S.42.

³² „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 21, S.44.

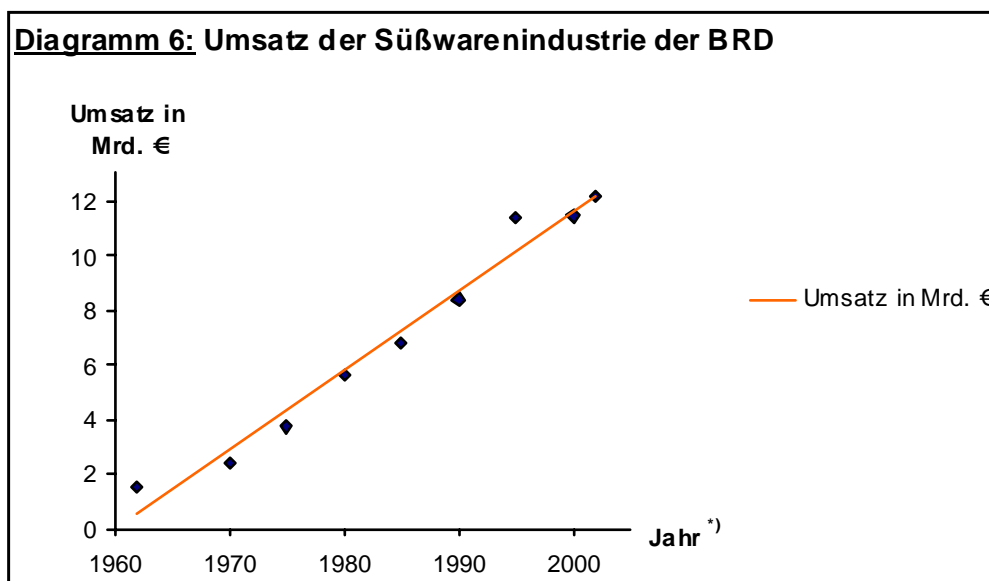
³³ www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

³⁴ „Jahresbericht 1999/2000“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V., 2000, S.5.

Die mengenmäßige Schokoladeproduktion stieg von 1970 bis 2003 um 194,3% von 0,262 Mio. t auf 0,771 Mio. t.³⁵ Allerdings kam es 1992 im Vergleich zum Vorjahr zu einem leichten Produktionseinbruch von 0,569 Mio. t auf 0,545 Mio. t (-4,2%). Weiterhin sank seit 1996 die Produktion von Schokoladewaren von 0,820 Mio. t auf 0,698 Mio. t (-14,9%) im Jahre 1999. Der deutliche Produktionsrückgang lässt sich durch den drastischen Ausfuhreinbruch erklären. Seit 2001 steigen die Produktionszahlen wieder.³⁶

2.2.3 Umsatz der Süßwarenindustrie

In Deutschland verfolgt der Süßwarenumsatz einen steilen Trend nach oben. Der Verbraucher konsumiert immer mehr Süßigkeiten und es stehen immer mehr Produkte in den Läden zur Auswahl. Die Schokolade hat sich im letzten Jahrhundert dadurch vom Luxusgut zur Massenware entwickelt.



*) ab 1993 = Gesamtdeutschland
ab 1995 = Keine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 6* zeigt den Umsatz der Süßwarenindustrie in der BRD seit 1962. Der Umsatz stieg kontinuierlich im Zeitraum von 1962 mit 1,5 Mrd. € bis 2002 auf 12,2 Mrd. €, somit haben sich die Werte mit einer Steigerung von 694% fast versiebenfacht.

Der Anteil des Auslandsumsatzes stieg um 14,7% seit 1962 von 1,5% auf 16,2% im Jahre 2002. 1999 sank der Auslandsumsatz um 1,4% auf 13,4% im Vergleich zum Vorjahreswert.

³⁵ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 21, S.44.

³⁶ www.bdsi.de/schoko/fs05_a.html, 23.08.2004.

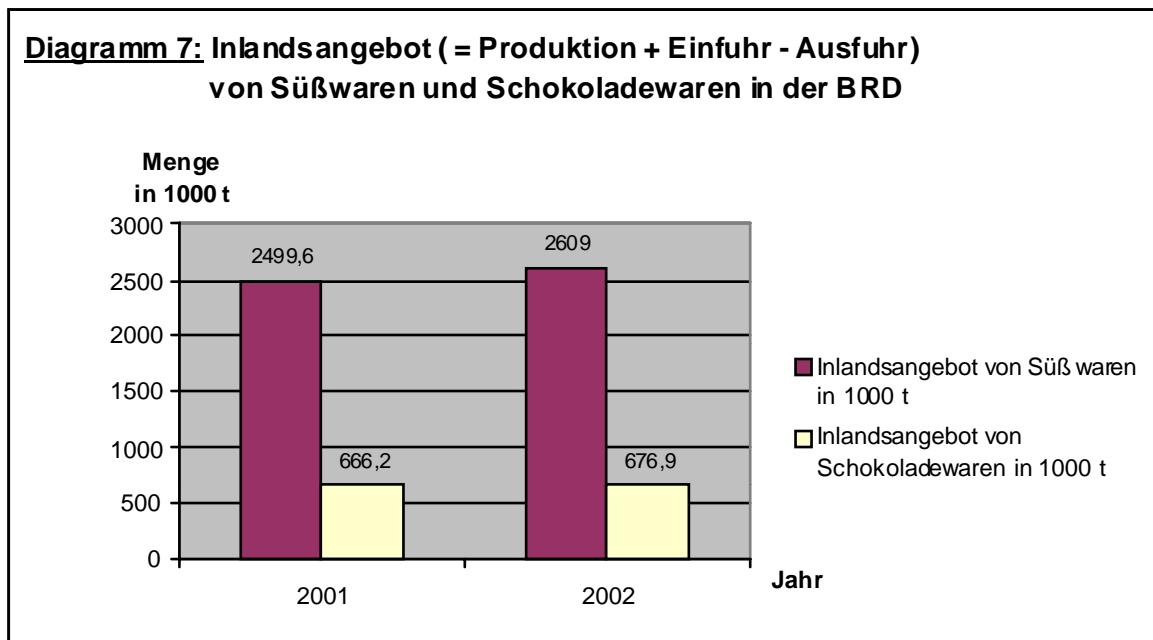
Dies lässt sich durch den Exportrückgang nach Russland infolge der dortigen Währungskrise von 1999 erklären.³⁷

Eine Ursache für den steigenden Umsatz ist die Konzentration der Betriebe. Durch die geringere Anzahl von Betrieben konnte jetzt mehr Umsatz verzeichnet werden.

2.3 Inlandsangebot an Süßwaren und Schokoladewaren

Das Inlandsangebot setzt sich zusammen aus der im Inland produzierten und eingeführten abzüglich der ausgeführten Süßwarenmenge.

Diese Menge steht den Verbrauchern in Deutschland zur Verfügung.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 7* zeigt das Inlandsangebot von Süßwaren und Schokoladewaren in der BRD. 2002 konnte ein leichtes Plus gegenüber dem Vorjahr ausgewiesen werden. Mengenmäßig bewegt sich das gesamte Süßwareninlandsangebot bei 2,609 Mio. t und lag damit 4,4% über dem Vorjahreswert von 2,500 Mio. t. Auch das mengenmäßige Inlandsangebot für Schokoladewaren lag 2002 mit 6,769 Mio. t 1,6% über dem Vorjahreswert von 6,662 Mio.t.³⁸

³⁷ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 7, S.18.

³⁸ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 93,94, S.125,126.

3) Nachfrage im Sektor der Süßwaren und Schokoladewaren

3.1 Produktionsanteile einzelner Süßwaren- und Schokoladewarerzeugnisse

Die Produktion der verschiedenen Süßwaren- und Schokoladewarenanteile richtet sich nach der Nachfrage der Verbraucher. Hierbei wird auf die Verzehrsgewohnheiten und die neuen Trends im Konsum der Bevölkerung geachtet.

Aufgrund der Kombinationsmöglichkeiten der verschiedenen Zutaten gibt es eine Fülle an Produkten aus der sich der Konsument in den Einkaufsläden bedienen kann. Hinzu kommen noch die verschiedenen Saisonartikel wie die Weihnachts- und Osterprodukte. Außerdem stehen dem Verbraucher Süßwaren an Automaten zur Verfügung.

Die Anzahl der einzelnen Artikel im Süßwarenmarkt beträgt schätzungsweise weit über 40.000 Angebote. Je nach Verzehr- und Einkaufssituation, Gebindegröße und Preisstellung werden hiermit täglich neue Konsumenten erreicht.³⁹

Tabelle 1: Anteil der einzelnen Erzeugnisse an der gesamten Süßwarenproduktion 2003

Süßwaren	Anteil an der mengenmäßigen Produktion in %
Schokolade und Schokoladewaren	23,6
Feine Backwaren	20,6
Zuckerwaren	16,2
Speiseeis	12,1
Kakao- und Schokoladehalberzeugnisse	10,8
Knabberartikel	8,4
Kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen	6,6
Rohmassen	1,7

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

In *Tabelle 1* wird der Anteil der einzelnen Erzeugnisse an der gesamten Süßwarenproduktion im Jahre 2003 dargestellt. Die Schokolade und Schokoladewaren machen den größten Anteil an der Produktion mit 23,6% aus. Danach folgen die feinen Backwaren mit 20,6% und die Zuckerwaren mit 16,2%. Speiseeis nimmt einen Produktionsanteil von 12,1% ein.

Die restlichen Anteile machen die Kakao- und Schokoladehalberzeugnisse mit 10,8%, die Knabberartikel mit 8,4% und die kakaohaltigen Lebensmittelzubereitungen mit 6,6% aus.⁴⁰

³⁹ www.suesse-seiten.de/2_1.html, 03.09.2004.

⁴⁰ www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

Tabelle 2: Anteil der einzelnen Erzeugnisse an der gesamten Schokolade und Schokoladewarenproduktion 2003

Schokolade und Schokoladewaren	Anteil an der mengenmäßigen Produktion in %
Ungefüllte Tafeln und Riegel	30,9
Gefüllte Tafeln und Riegel	24,3
Andere ungefüllte Schokoladearzeugnisse	11,2
Pralinen nicht alkoholhaltig	10,8
Kakaohaltige Zuckerwaren	9,4
Andere gefüllte Schokoladearzeugnisse	7,6
Pralinen alkoholhaltig	4,6
Weißer Schokolade	1,2

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

In *Tabelle 2* wird der Anteil der einzelnen Erzeugnisse an der gesamten Schokolade und Schokoladewarenproduktion im Jahre 2003 dargestellt. Die ungefüllten Tafeln und Riegel machen mit 30,9% den umfangreichsten Anteil an der Produktion aus. Die gefüllten Tafeln und Riegel schließen sich mit 24,3% und die anderen ungefüllten Schokoladearzeugnisse mit 11,2% an. Weiterhin besitzen die nicht alkoholhaltigen Pralinen mit 10,8% einen doppelt so hohen Produktionsanteil wie die alkoholhaltigen Pralinen mit 4,6%. Die restlichen Anteile machen die kakaohaltigen Zuckerwaren mit 9,4%, die anderen gefüllten Schokoladearzeugnisse mit 7,6% und die weiße Schokolade mit 1,2% aus.⁴¹

3.2 Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs und der Verzehrsgewohnheiten

Deutschland gehört nach der Schweiz zum Land mit dem größten Pro-Kopf-Verbrauch an Schokolade weltweit. Hier produziert eine Vielzahl von Schokoladeherstellern. Neben den großen marktbeherrschenden Unternehmen gibt es auch eine ganze Reihe kleinerer Hersteller.⁴²

In den südlich gelegenen Ländern wird weniger Schokolade konsumiert als im Norden. Dies begründet sich durch die höheren Temperaturen im Süden, unterschiedliche kulturelle Einstellungen und niedrigere Preise im Norden. Die Deutschen müssen am wenigsten für ihre Schokoladeprodukte zahlen.⁴³

⁴¹ www.bdsi.de/schoko/fs05_a.html, 23.08.2004.

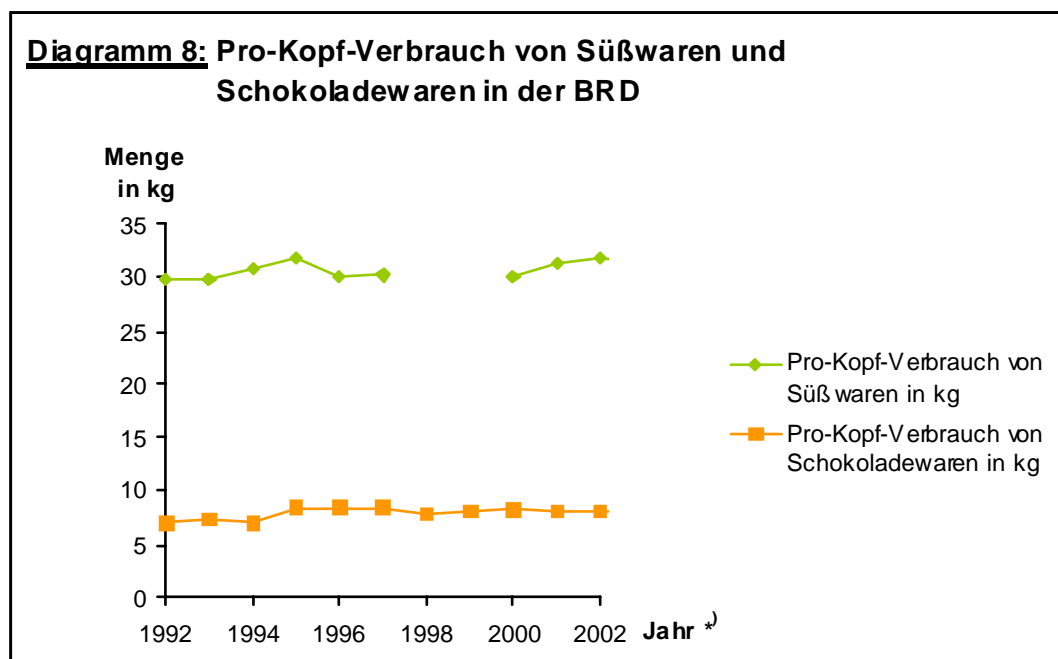
⁴² www.theobroma-cacao.de/land/deh.htm, 15.09.2004.

⁴³ www.suesse-seiten.de/3_1.html, 03.09.2004.

Allerdings ist im Moment wieder ein Trend hin zu Qualitätsprodukten zu erkennen. Viele Menschen sind bereit, für eine ganz besondere Tafel Schokolade mehr Geld auszugeben. Beliebt sind hier vor allem Edelschokoladen, Bioschokoladen und fair gehandelte schokoladige Produkte.⁴⁴

Weiterhin sind Saisonartikel aus Schokolade wie z.B. Artikel zu Ostern und Weihnachten sehr beliebt. Sie sind Ausdruck der persönlichen Bedeutung eines Anlasses, Ausdruck der Wertschätzung des Beschenkten und schmückende Dekoration des Festgeschehens.⁴⁵

Bei Schokolade handelt es sich nicht um ein lebensnotwendiges Verbrauchsgut. Daher ist ihre Konsumierung von den Verbrauchsgewohnheiten und dem allgemeinen Lebensstandard der Bevölkerung abhängig. Durch die Industrialisierung mit ihrer kostengünstigeren Massenproduktion und einer dauerhaften Steigerung der Einkommen und des Wohlstands in Deutschland erhöhte sich der Pro-Kopf-Verbrauch an süßen Waren bis heute stetig.



*) ab 1993 Gesamtdeutschland

ab 1995 = neue Systematik bei der Produktionsstatistik. Keine Vergleichbarkeit zu den Vorjahren.

ab 1997 Knabberartikel mit "Kartoffelchips und -sticks"

***) 2003 Quelle: BDSI Internet

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Unter Berücksichtigung der Bevölkerungszahl ergibt sich aus dem Inlandsangebot der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch. Verbrauch ist jedoch keinesfalls gleichzusetzen mit

⁴⁴ www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/Schokoladeim20Jhd_01.doc , 03.09.2004.

⁴⁵ www.suesse-seiten.de/3_1.html, 03.09.2004.

dem Verzehr. Der tatsächliche Verzehr liegt niedriger als der auf der Grundlage von Produktionsmengen ermittelte Verbrauch.⁴⁶

Voraussetzung für die Zunahme des Verbrauches ist, dass die Produktion entsprechend wächst und damit die Preise in angemessenen Grenzen bleiben. Diese Forderungen wurden in der deutschen Süßwarenindustrie in den letzten Jahrzehnten erfüllt.

Das *Diagramm 8* zeigt den Pro-Kopf-Verbrauch von Süßwaren und Schokoladewaren in der BRD. Der Pro-Kopf-Verbrauch hat sich seit 1970 in beiden Bereichen stark erhöht.

Der Süßwarenverbrauch stieg von 1970 bis 2003 von 18,1 kg auf 31,3 kg (72,9%) und der Schokoladewareverbrauch stieg von 5,3 kg auf 8,2 kg (56,2%).

Innerhalb der Jahre 1995 bis 2000 sank der Pro-Kopf-Verbrauch von Süßwaren von 31,9 kg auf 30,1 kg ab. In den Jahren 1998 und 1999 lagen allerdings keine Werte für den Süßwarenverbrauch vor. Erst ab 2001 verbesserte sich der Verbrauch an Süßwaren, 2003 lag er bei 31,3 kg.^{47,48}

Beim Schokoladeverbrauch erfolgte eine ähnliche Entwicklung. Hier sank der Konsum allerdings erst 1997 von 8,53 kg auf 7,91 kg 1998, daraufhin verbesserte sich der Verbrauch nur langsam auf 8,2 kg im Jahre 2003. Die Entwicklung in den einzelnen Sparten verlief dabei unterschiedlich, wobei ungefüllte und gefüllte Schokoladeerzeugnisse in Riegel- und Tafelform besser abschnitten als massive Erzeugnisse. Rückläufig war auch der Bereich Pralinen, während Oster- und Weihnachtsartikel sowie andere gefüllte Schokoladeerzeugnisse im Verbrauch stiegen.^{49,50}

Die Schokolade hat ihren Luxusartikelstatus verloren und wird heute in Deutschland eher als Verbrauchsgut angesehen. Der hohe Pro-Kopf-Verbrauch erklärt sich zudem teilweise in der Einstellung der Verbraucher, welche sich in der heutigen schlechten Welt etwas Gutes gönnen bzw. etwas Positives erleben wollen.

⁴⁶ „Süßwaren“, Bonn, aid Infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e. V., 2003, S. 8.

⁴⁷ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 108, S.140.

⁴⁸ www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

⁴⁹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 108, S.140.

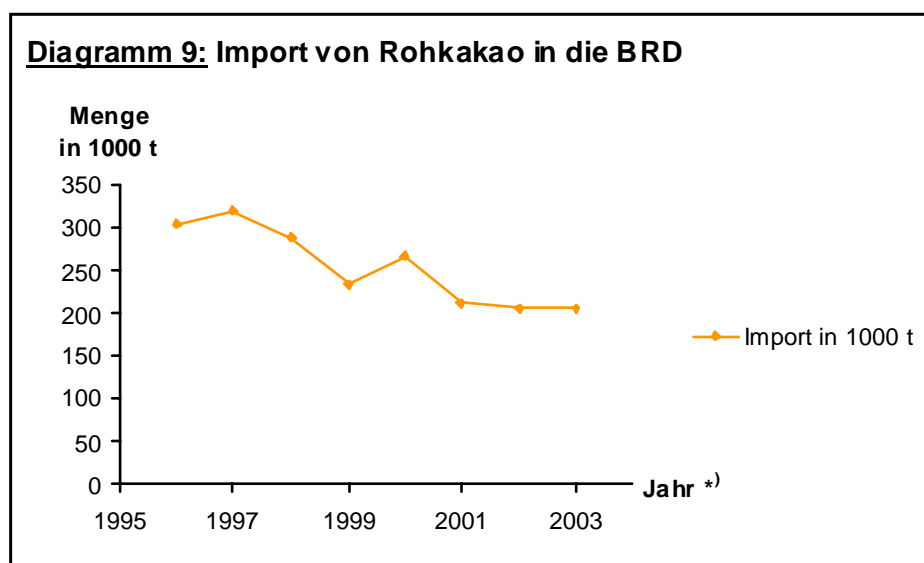
⁵⁰ www.bdsi.de/schoko/fs06_a.html, 23.08.2004.

4) Außenhandelsentwicklung von Süßwaren und Schokoladewaren

4.1 Import

4.1.1 Import von Rohkakao

Anfang der 90er war Deutschland einer der Hauptimporteure von Rohkakao, welcher zu Kakao-Zwischenprodukten verarbeitet und diese daraufhin auf dem Weltmarkt gehandelt wurden. Mittlerweile entwickelt sich der Trend wieder rückläufig, da die Verarbeitung von Rohkakao gesunken ist.



*) 2003 Quelle: BDSI Internet

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

Das *Diagramm 9* zeigt den Import von Rohkakao in die BRD. Die Einfuhr sank seit 1996 von 304.000 t auf 206.400 t im Jahre 2003. Dies entspricht einem Rückgang um 32,1%.

1997 gab es eine kurzfristige Steigerung um 16.400 t auf 320.400 t (5,4%) und im Jahr 2000 eine Steigerung um 31.600 t auf 266.000 t (13,5%), danach sanken die Werte wieder bis 2003. Mit der sinkenden Einfuhr sank auch die Verarbeitung von Rohkakao.^{51,52}

⁵¹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 116, S.150.

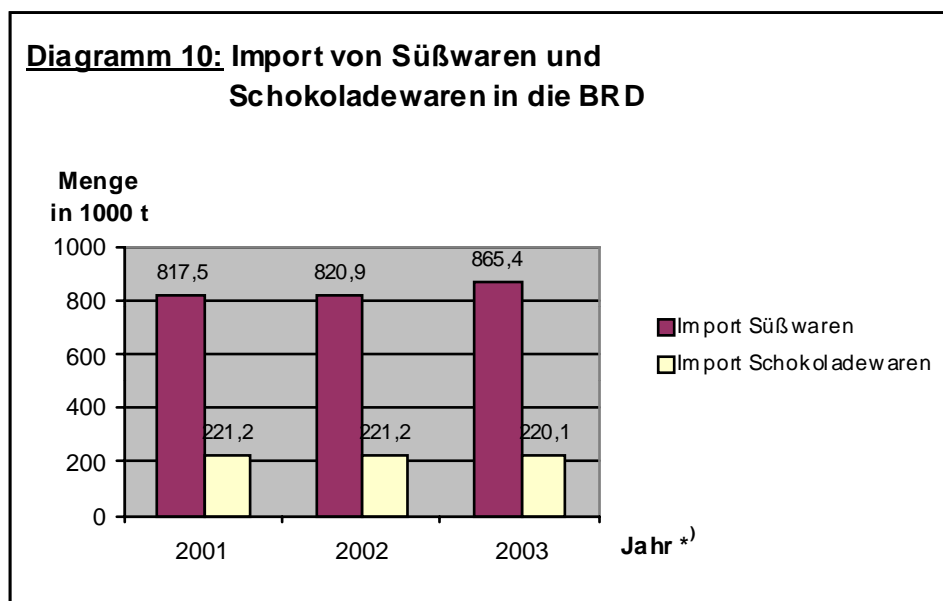
⁵² www.bdsi.de/schoko/fs08_a.html, 23.08.2004.

4.1.2 Import von Süßwaren und Schokoladewaren

Die Handelsbeschränkungen sind ein wesentlicher Grund, warum vor allem Kakaobohnen importiert werden. Deutschland schützt seinen Markt gegen den Import von verarbeiteten Produkten durch hohe Tarife. Je höher der Verarbeitungsgrad und je intensiver der Wettbewerb, umso höher ist der Importzollsatz.⁵³

Insgesamt ist der Import von Süßwaren und Schokoladewaren seit den 90er Jahren starken Schwankungen unterworfen.

Seit Ende der 90er Jahre sanken die Einfuhren von Süßwaren insgesamt unter Einbeziehung der Halberzeugnisse und Rohmassen stark ab. 1999 nahm der Import von Süßwaren im Vergleich zu 1998 um fast 15% auf 746.000 t ab. Grund hierfür war der mit der russischen Währungskrise verbundene Exportrückgang. Besonders die Bereiche Schokolade und Kakao- und Schokoladehalberzeugnisse mussten deutliche Rückgänge hinnehmen.⁵⁴



*) 2003 Quelle: BDSI Internet

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 10* zeigt den Import von Süßwaren und Schokoladewaren in die BRD seit 2001. Erst ab diesem Jahr stiegen die Einfuhren von Süßwaren wieder um 5,9% auf 865.400 t im Jahre 2003. Die Einfuhren von Schokoladeware reduzierten sich dagegen seit 2001 um 0,5% auf 220.100 t im Jahre 2003.^{55,56,57}

⁵³ www.efai.rtrade.org/pdf/YRB2001Ch06_GE.pdf, S.97, 03.09.2004.

⁵⁴ „Jahresbericht 1999/2000“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V., 2000, S.5.

⁵⁵ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 54,55, S.81,82.

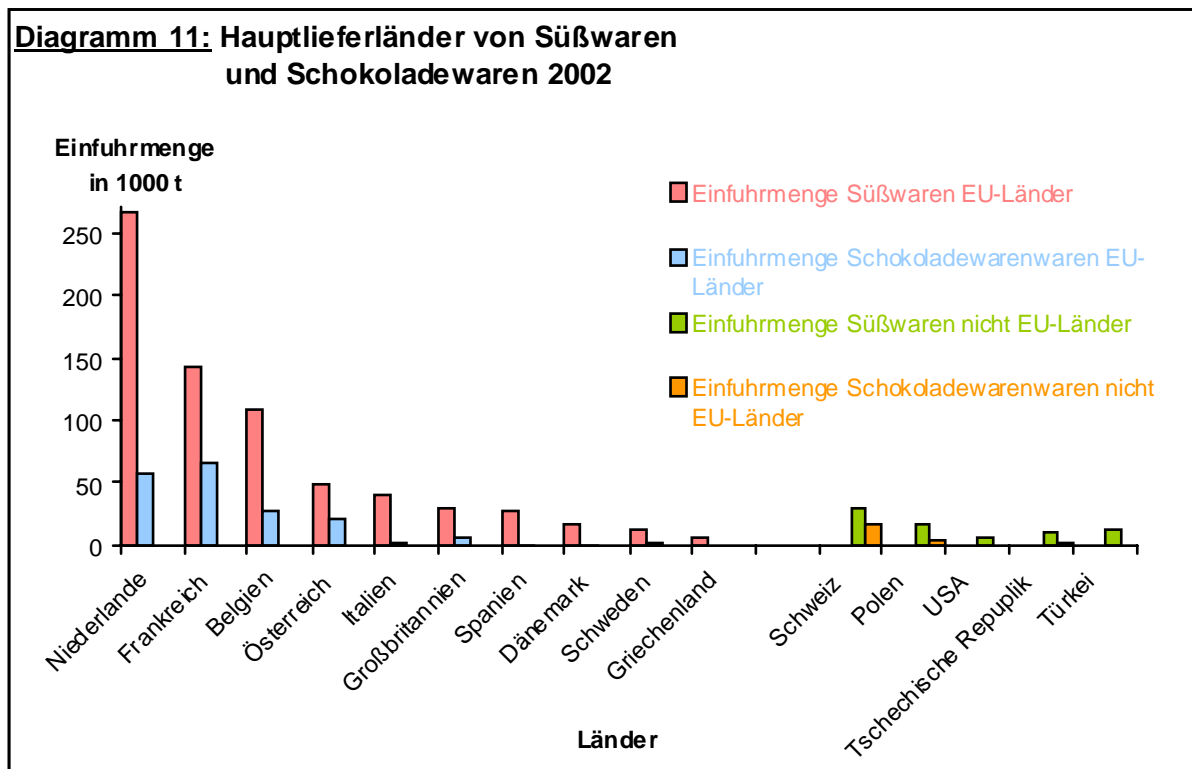
⁵⁶ www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

⁵⁷ www.bdsi.de/schoko/fs07_a.html, 23.08.2004.

4.1.3 Hauptlieferländer von Süßwaren und Schokoladewaren

Deutschland ist einer der Hauptnettoimporteure von Süßwaren und Schokoladeprodukten aus anderen westlichen europäischen Ländern.

Besonders die Niederlande führen eine große Menge an diesen Produkten in Deutschland ein.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 11* zeigt die Hauptlieferländer von Süßwaren und Schokoladewaren im Jahre 2002. Das mengenmäßig größte Lieferland für Süßwaren ist Niederlande mit einer Ausfuhrmenge von 286.000 t und das zweitgrößte Lieferland Frankreich mit 143.100 t.

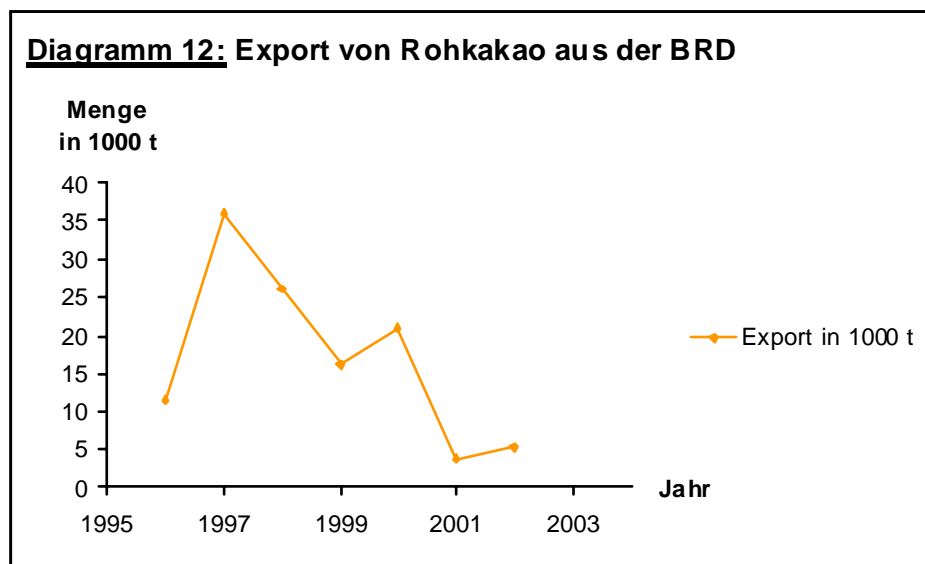
Bei den Hauptlieferländern für Schokoladewaren stellt es sich genau umgekehrt dar, hier ist Frankreich das mengenmäßig größte Lieferland mit 65.900 t und Niederlande das zweitgrößte Lieferland mit 58.600 t. Belgien liefert 108.500 t an Süßwaren und 27.000 t an Schokoladewaren. Die größten nicht EU-Hauptlieferländer im Jahre 2002 sind die Schweiz mit 30.900 t an Süßwaren und 18.100 t an Schokoladewaren, Polen mit 16.500 t an Süßwaren und 3.500 t an Schokoladewaren, die Türkei mit 12.900 t an Süßwaren und 300 t an

Schokoladewaren und die Tschechische Republik mit 11.400 t an Süßwaren und 3.100 t an Schokoladewaren.⁵⁸

4.2 Export

4.2.1 Export von Rohkakao

Rohkakao wurde Anfang der 90er Jahre hauptsächlich importiert und verarbeitet. Seit 1993 sank die Vermahlung von Kakaobohnen in Deutschland und somit wurde mehr Rohkakao exportiert, bis sich wieder ein Wandel im Jahre 1997 ergab. Sowohl der Import als auch die Verarbeitung gingen ab diesem Jahr zurück.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 12* zeigt den Export von Rohkakao aus der BRD. Die Ausfuhr von Rohkakao spielt in Deutschland eher eine untergeordnete Rolle. Wie beim Import sanken auch hier die Werte von 1996 mit 11.400 t auf 5.300 t im Jahre 2002. Dies entspricht einem Rückgang von 53,5%. 1997 stiegen die Ausfuhren sprunghaft um 24.700 t auf 36.100 t an und im Jahr 2000 stiegen sie im Vergleich zum Vorjahr um 4.700 t auf 20.800 t, dies könnte sich durch die erhöhten Einfuhren von Rohkakao in diesen Jahren erklären. Im Jahre 2002 erhöhte sich der Export wieder im Vergleich zum Vorjahreswert von 3.800 t um 39,5% auf 5.300 t.⁵⁹

⁵⁸ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 64,67, S.91,94.

⁵⁹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 116, S.150.

4.2.2 Export von Süßwaren und Schokoladewaren

Die deutsche Süßwarenindustrie ist nach wie vor Weltmeister im Export. Deutschland führt einen Veredelungsprozess aus. Dabei wird Rohkakao importiert, welcher hier verarbeitet und schließlich in Form von Süßwaren ins Ausland ausgeführt wird.

"Für einen Industriestaat wie die Bundesrepublik Deutschland macht es nur Sinn, die erzeugten Agrarrohstoffe hier zu veredeln und dann wettbewerbsfähig zu exportieren, so dass die Wertschöpfung und die daran hängenden Arbeitsplätze in Deutschland und der Europäischen Union gehalten werden können."⁶⁰

Die Süßwarenaußenhandelsbilanz ist deshalb weiterhin positiv, auch wenn sich der Außenhandel in den letzten Jahren eher bescheiden entwickelt hat.

Insgesamt ist auch der Export von Süßwaren und Schokoladewaren seit den 90er Jahren starken Schwankungen unterworfen.

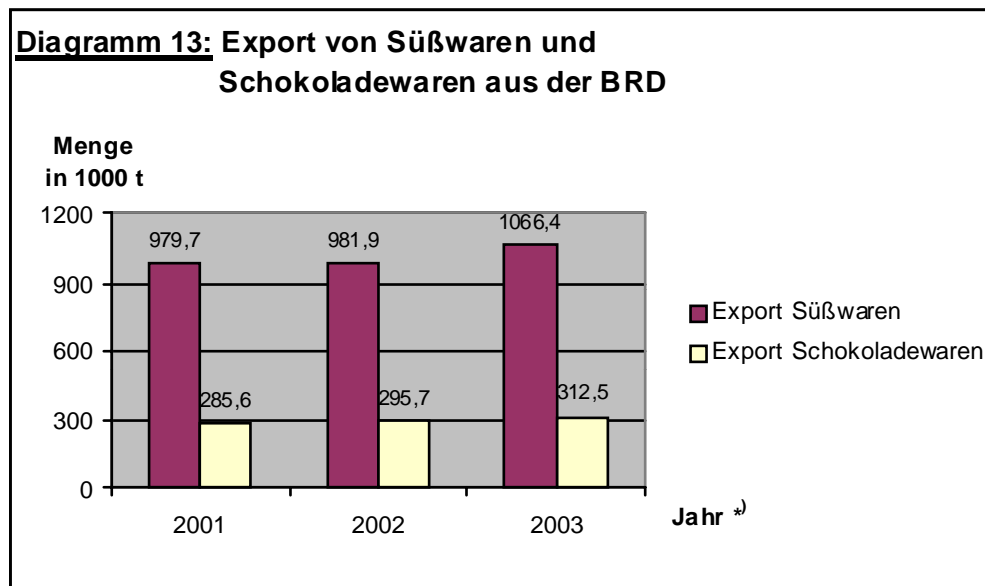
Anfang der 90er Jahre kam es durch die Erschließung des osteuropäischen Marktes zu auffallend starken Exportsteigerungen in der Süßwaren und Schokoladewarenindustrie. Seit 1996 stieg der Export von Kakaoerzeugnissen in die EU-Beitrittsländer von 2,022 Mio. t auf 2,048 Mio. t im Jahre 2001. Dies macht eine Steigerung der Ausfuhr von 1,3% aus. Den größten Anteil daran besaßen Polen mit 24%, die Tschechische Republik mit 10% und Ungarn mit 6%. Allerdings können die neu eingeführten Handelsliberalisierungen für die EU-Beitrittsländer zu Nachteilen im Umsatz für die deutsche Süßwarenindustrie führen.⁶¹

Die deutlichen Rückgänge seit Ende der 90er Jahre bei den Einfuhren und besonders bei den Ausfuhren von Schokoladeware und Süßwaren wurden durch rückläufige Russland-Exporte und Exporte in andere osteuropäische Länder, wie die Ukraine, Slowakei und Mongolei, verursacht. Der Grund hierfür war die Währungskrise 1998 in Russland. 1999 sanken die Schokoladeexporte um 64.000 t auf 217.000 t und die Süßwareexporte um 130.000 t auf 746.000 t. Lediglich die Bereiche Zuckerwaren und Speiseeis konnten bei den Ausfuhren positive Zahlen für das Jahr 1999 verbuchen. Außerdem gab es deutliche Exportsteigerungen in die USA, Türkei, Saudi Arabien, Kanada, Norwegen, Japan und nach Hongkong. Auch einzelne osteuropäische Länder, wie die Tschechische Republik, Polen und Ungarn, verzeichneten Zuwachsraten. Die starken Exportrückgänge konnten dadurch allerdings nicht

⁶⁰ „Jahresbericht 1999/2000“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V., 2000, S.74.

⁶¹ „Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2003“, Münster-Hiltrup, Landwirtschaftsverlag GmbH, 2003, Tabelle 406.

verhindert werden. Trotz allem blieb die Außenhandelsbilanz noch immer positiv, lediglich die Exportüberschüsse verringerten sich.⁶²



*) 2003 Quelle: BDSI Internet

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 13* zeigt den Export von Süßwaren und Schokoladewaren aus der BRD ab 2001. Seit diesem Jahr ist im Vergleich zu 2003 wieder ein Aufwärtstrend zu verzeichnen. Die Süßwarenexporte stiegen seit dem um 86.700 t (8,8%) auf 1.066.400 t und die Schokoladewarenexporte um 26.900 t (9,4%) auf 312.500 t.^{63,64,65}

4.2.3 Hauptabnehmerländer von Süßwaren und Schokoladewaren

1997 war noch Russland das Exportland Nummer eins für Süßwaren und Schokoladewaren vor Frankreich. Seit der Währungskrise Russlands von 1998 spielt es als Hauptabnehmerland für Deutschland nur noch eine untergeordnete Rolle. Dagegen entwickelten sich bedingt durch den starken Dollarkurs die Exporte in die USA positiv. Allerdings konnte der enorme Russlandexporteinbruch dadurch nicht aufgefangen werden.⁶⁶

⁶² „Jahresbericht 1999/2000“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V., 2000, S.6,13.

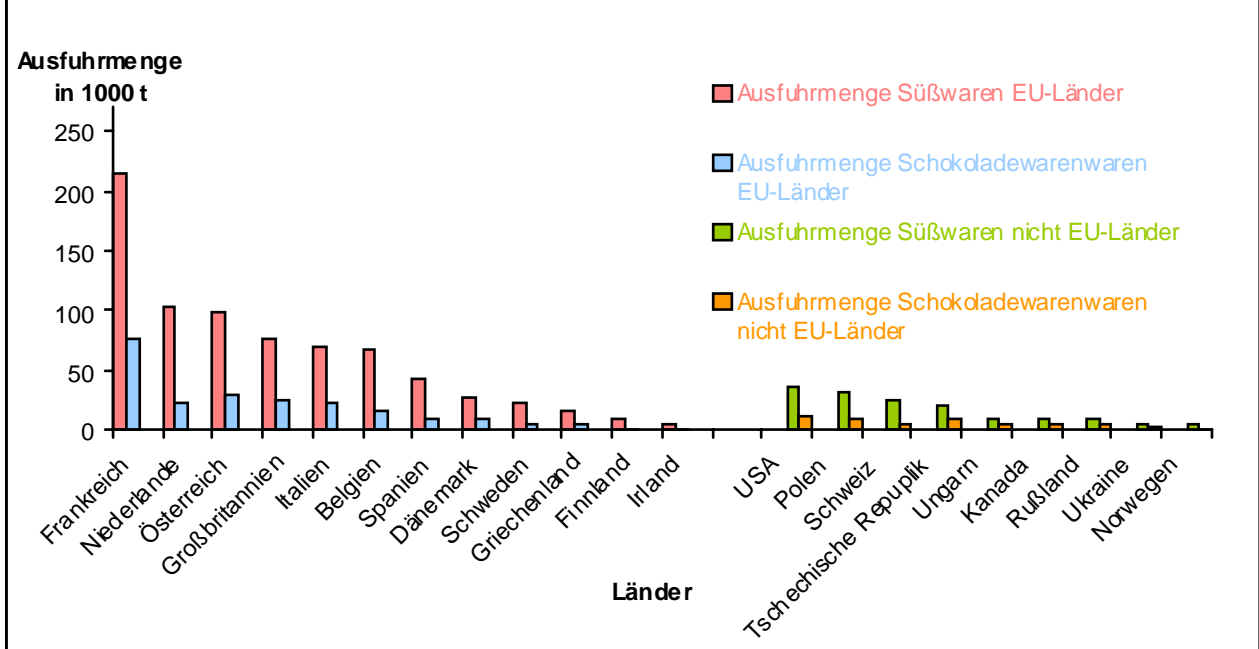
⁶³ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 59,60, S.86,87.

⁶⁴ www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

⁶⁵ www.bdsi.de/schoko/fo07_a.html, 23.08.2004.

⁶⁶ „Jahresbericht 1999/2000“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V., 2000, S.70.

Diagramm 14: Hauptabnehmerländer von Süßwaren und Schokoladewaren 2002



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 14* zeigt die Hauptabnehmerländer von Süßwaren und Schokoladewaren im Jahre 2002. Das mengenmäßig größte Abnehmerland ist Frankreich mit einer Einfuhrmenge von 214.400 t für Süßwaren und 75.300 t für Schokoladewaren. Danach kommen die Niederlande mit 103.100 t für Süßwaren und 23.300 t für Schokoladewaren und Österreich mit 98.300 t für Süßwaren und 29.500 t für Schokoladewaren. Die drei größten nicht EU-Hauptabnehmerländer im Jahre 2002 sind die USA mit 35.000 t für Süßwaren und 12.500 t für Schokoladewaren, Polen mit 31.000 t für Süßwaren und 7.800 t für Schokoladewaren und die Schweiz mit 23.700 t für Süßwaren und 4.500 t für Schokoladewaren.⁶⁷

⁶⁷ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 65,68, S.92,95.

5) Preisentwicklung und –bestimmung von Süßwaren und Schokoladewaren

5.1 Preise für Kakao und Zucker

5.1.1 Warenterminbörsen und Entwicklung des Kakao-Preises

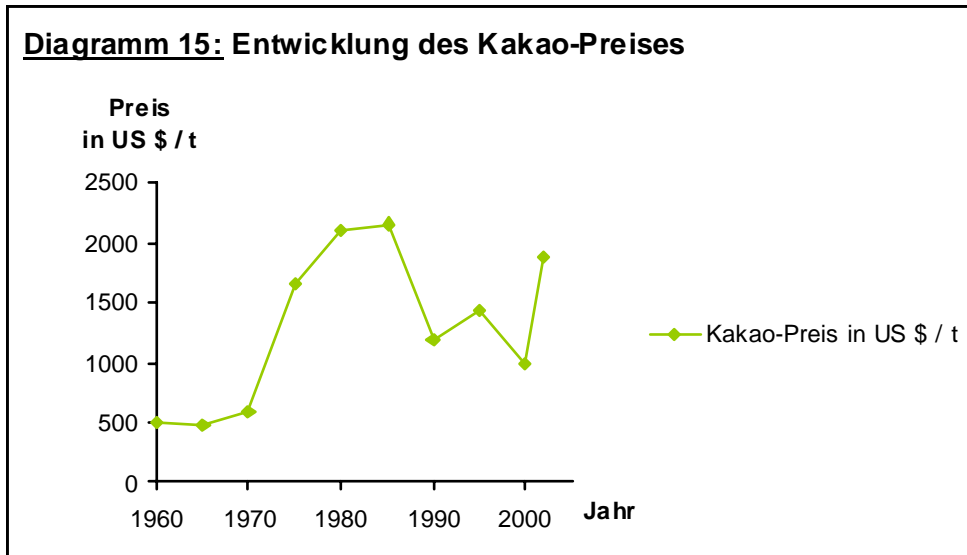
Die Kakaomenge und somit auch der Kakaopreis werden größtenteils an den Warenterminbörsen in New York, London oder Paris gehandelt. Hier treffen die Interessen der Erzeugerländer, der Kakaohändler und Schokoladenfabrikanten aufeinander. Während die Produzenten hohe Preise für ihren Kakao erzielen möchten, sind die Händler an möglichst niedrigen Einkaufspreisen interessiert, um beim Weiterverkauf einen hohen Gewinn erzielen zu können. An den Warenterminbörsen werden auch schon die Kakaoernten des nächsten und übernächsten Jahres gehandelt und die Preise festgelegt.

Der Kakaoproduzent versucht beim Handeln durch den Abschluss eines „Warentermingeschäftes“ einen Mindestpreis zu sichern, der seine gesamten Kosten abdeckt und darüber hinaus noch Profit ermöglicht. Der Käufer wiederum versucht den Kakao dann seinerseits mit Profit zu verkaufen. Dies gelingt ihm, wenn die tatsächliche Ernte geringer ausfällt als geplant, z.B. durch unvorhergesehene Ereignisse, wie das Auftreten von Kakaokrankheiten, wodurch große Teile einer Ernte vernichtet werden. Das verminderte Angebot führt schließlich zu steigenden Preisen, die unter Umständen weit über dem zwischen Produzent und Käufer vereinbarten Einkaufspreis liegen. Der Kakaoproduzent profitiert dann nicht mehr von den gestiegenen Preisen, da er schon vorher durch das Warentermingeschäft einen festen Preis mit dem Käufer ausgehandelt hat.⁶⁸

Angebot, Nachfrage und Vorräte sind nicht die einzigen Faktoren, die die Entwicklung des Kakaopreises bestimmen. Die Spekulanten an der Warenterminbörse richten sich nicht nur nach den Produktions- und Absatzwerten von Kakao und Schokolade, sondern auch nach dem allgemeinen Trend der Rohstoffpreise, die generellen wirtschaftlichen Aussichten oder zu erwartende Gewinne in anderen Sektoren. Falsche Informationen können hier zu einem rapiden Abfall der Preise führen.⁶⁹

⁶⁸ www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/WarenterminboerseKakao_01.doc, 03.09.2004.

⁶⁹ www.efairtrade.org/pdf/YRB2001Ch06_GE.pdf, S.90, 03.09.2004.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Tabelle 3: Entwicklung des Kakao-Preises

Jahr	Kakao-Preis in US \$ / t
1960	493
1965	491
1970	586
1975	1.655
1980	2.098
1985	2.149
1990	1.193
1995	1.438
2000	990
2002	1.873

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 15* zeigt die Entwicklung des Kakao-Preises. In den letzten vierzig Jahren schwankten die Preise für Rohkakao sehr stark.

1960 lag der Kakao-Preis noch bei 493 US \$ / t bis 2002 stieg er auf 1.873 US \$ / t an. Dies entspricht einer Verteuerung von 280%. 1985 erlangte der Kakao-Preis seinen Höchstwert mit 2.149 US \$ / t. Nach einem Zwischentief 1990 bei 1.193 US \$ / t und einem Anstieg 1995 auf 1.438 US \$ / t kam es 2000 zu einem Preisabsturz auf 990 US \$ / t. Bis zum Jahre 2002 stieg der Kakao-Preis wieder enorm auf 1.873 US \$ / t an.⁷⁰

Seit 1991/92 gab es sechs Ernten, wo das Gesamtangebot unter der Nachfrage lag. Normalerweise hätten die Preise damals durch die erhöhte Nachfrage ansteigen müssen, dies

⁷⁰ www.bdsi.de/schoko/fs08_a.html, 23.08.2004.

war nicht der Fall, da es zum Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage die Lagervorräte gibt. Die angesammelten Vorräte an Kakao betragen 1,3 Millionen Tonnen, genug für fünfeinhalb Monate. Solange diese enormen Vorräte existieren, bleibt der Preis niedrig, da das Angebot größer als die Nachfrage ist. Diese riesigen Lagerbestände wurden in den 80er Jahren angelegt, als die Ernten über einen längeren Zeitraum die Nachfrage überstiegen. Die Preise fielen drastisch, und die Überschüsse vergrößerten billig die Vorräte der Kakaohändler, der Verarbeitungsindustrie und der Schokoladenhersteller.

Genau dies war in den 70er und 80er Jahren der Fall. Die hohen Preise Mitte der 70er Jahre zogen einen Produktionsanstieg Anfang der 80er Jahre nach sich. Entsprechend fielen die Preise, bis sie die Produktion unrentabel machten und schließlich 1991/92 zu Engpässen führten.

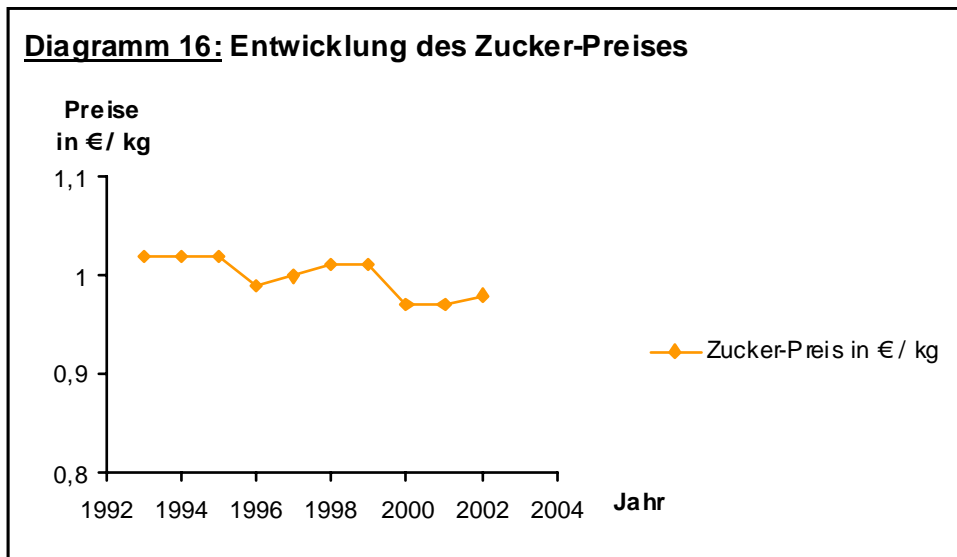
In dem Wechselspiel von Überschuss und Defizit kommen die Erzeugerländer am schlechtesten weg: Sie können nicht schnell auf steigende Preise reagieren und einen Preisverfall nicht genügend abfangen. Was den Produzentenländern nicht möglich ist, wohl aber den Verbraucherländern, ist die Unterhaltung großer Lagerbestände. In den Anbaugebieten ist es zu heiß und feucht, und es fehlt das Kapital, um Kakaolager zu finanzieren. Die oben erwähnten riesigen Vorräte sind also ein Machtinstrument für die Verbraucherländer im Norden und nicht für die Produzentenländer im Süden.⁷¹

5.1.2 Entwicklung des Zucker-Preises

Zucker aus Rüben verursacht doppelt so hohe Produktionskosten wie Rohrzucker. Daher müssen die Länder der nördlichen Hemisphäre, die Zuckerrüben produzieren, stärker geschützt werden. Dies geschieht über Interventionspreise für Zucker.

Der Außenschutz ist notwendig, um die europäische Zuckerproduktion vor Einfuhren aus Ländern wie Brasilien zu schützen.

⁷¹ www.efai.rtrade.org/pdf/YRB2001Ch06_GE.pdf, S. 88, 03.09.2004.



Quelle: Nürnberger Einzelhandelspreise für Zucker

Tabelle 4: Entwicklung des Zucker-Preises

Jahr	Zucker-Preis in €/ kg
1993	1,02
1994	1,02
1995	1,02
1996	0,99
1997	1,00
1998	1,01
1999	1,01
2000	0,97
2001	0,97
2002	0,98

Quelle: Nürnberger Einzelhandelspreise für Zucker

Das *Diagramm 16* zeigt die Entwicklung des Einzelhandelspreises für Zucker. Insgesamt sank der Zucker-Preis nach mehrmaligen Schwanken seit 1993 von 1,02 €/ kg auf 0,98 €/ kg. Dies entspricht einem Rückgang von 3,9%. Nach vorheriger Senkung des Zucker-Preises von 1996 auf 0,99 €/ kg gab es wieder einen Anstieg auf 1,01 €/ kg im Jahre 1999. Daraufhin sank der Preis wieder bis 2002.⁷²

Aus der Sicht der Produzenten für Süßwaren, dem Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI), sieht diese Senkung jedoch zu gering aus. Es wird eine Erleichterung der Kosten der Süßwarenindustrie durch starke Rückgänge bei den Preisen für Weißzucker gefordert.

⁷² www.statistik.nuernberg.de/JB/JB_aktuell/Kap14.pdf, 12.09.2004.

5.2 Problematik bei den Ausfuhrerstattungen für Süßwaren

Die durch EU-Zuckermarktordnung festgelegten Preise sind dreimal höher als das aktuelle Weltmarktpreisniveau, demzufolge ist die deutsche Süßwarenindustrie gezwungen die hohen Kosten auf sich zu nehmen. Eigentlich sollte diese Preisdifferenz beim Export durch Ausfuhrerstattungen von der EU ausgeglichen werden, so würde die Wettbewerbsfähigkeit mit Weltmarktkonkurrenten wiederhergestellt werden.⁷³

Im März 2000 erfolgte die Einführung des Erstattungslicenzsystems. Hierbei handelt es sich um ein System zur Verteilung des limitierten Ausfuhrerstattungsbudgets, dadurch kann der volle Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit der Exporte garantiert werden. Allerdings kommt es mit Eintritt der Budgeterschöpfung für eine gewisse Zeit zu einem Ausfuhrerstattungsloch.

In der Europäischen Union wurde für die hochverarbeiteten Lebensmittel ein wert- und nicht mengenbezogenes Lizenzverteilungsverfahren geschaffen, das an den Bedürfnissen der Lebensmittelindustrie mit ihren vielfältigen Produkten unterschiedlichster Zusammensetzung orientiert ist.⁷⁴ Aus EU-Budgetgründen können allerdings die Ausfuhrerstattungen nur noch in stark gekürztem Umfang in einem unkalkulierbaren Verteilungsverfahren zugeteilt werden. Im Sommer 2003 erhielten die Unternehmen beispielsweise nur 4% der beantragten Ausfuhrerstattungssumme.

Die Süßwarenindustrie wird durch die überhöhten EU-Einkaufspreise des Rohstoffes Zucker benachteiligt und der Export von Verarbeitungsprodukten wird folglich behindert.⁷⁵

Die geplante Aufrechterhaltung des Quotensystems für Zucker verhindert Wettbewerb im Zuckersektor, verzerrt Märkte, begünstigt eine teure Überproduktion und schadet den Entwicklungsländern. Durch den geringen Wettbewerb am deutschen Markt kommt es zur Aufteilung des Landes in drei Zonen: Der Norden wird kontrolliert von der Nordzucker AG, Mitteldeutschland von Pfeifer & Langen und der südliche Raum von Südzucker. Zusammen machen die drei Unternehmen mehr als 90 Prozent der deutschen Zuckerproduktion aus.

Die Süßwarenindustrie fordert daher das Auslaufen des alten Quotensystems. Gleichzeitig muss der überhöhte Zuckerinterventionspreis mindestens um 40 Prozent gesenkt werden, um die zuckerverarbeitenden Unternehmen bei einem Wegfall der Exporterstattungen im

⁷³ www.verbaendeforum.de/news/ges_text.php4?m=21174, Artikel BDSI von 08.10.2003, 23.08.2004.

⁷⁴ *Jahresbericht 1999/2000*, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V., 2000, S.111-112.

⁷⁵ www.verbaendeforum.de/news/ges_text.php4?m=21174, Artikel BDSI von 08.10.2003, 23.08.2004.

internationalen Wettbewerb nicht zu benachteiligen. Spätestens 2006 müssen diese Maßnahmen umgesetzt werden, dann läuft die derzeit geltende Zuckermarktordnung aus.⁷⁶

Die EU schlägt vor die Zölle für Zucker um durchschnittlich 36% zu senken. Des Weiteren soll die interne Stützung um 60% und die Ausfuhrsubventionen um 45% fallen.⁷⁷

Die europäischen Zuckerproduzenten sind gegen eine Handelsliberalisierung und gegen den Abbau der EU-Subventionen. Sie sind aber dazu bereit eine stufenweise Reduktion der Zölle und Anhebung der Importquoten hinzunehmen.⁷⁸

Der Außenschutz ist weiterhin notwendig, um die europäische Zuckerproduktion vor Einfuhren aus Ländern wie Brasilien zu schützen, da diese durch den billigeren Anbau von Rohrzucker günstiger produzieren können. Bei der Einfuhr von Zucker finden die Zollsätze des Gemeinsamen Zolltarifs (GZT) Anwendung. Geprägt ist das Einfuhrsystem für Zucker durch die vereinbarten Zollkontingente für Präferenzzucker v. a. aus den AKP-Staaten (Afrikanisch-Karibisch-Pazifischen-Staaten); dieser Zucker wird zollfrei eingeführt.

Sollte die EU die Garantiepreise senken und betroffenen Bauern mit von der Produktion unabhängigen Direktzahlungen unter die Arme greifen, würden Marktverzerrungen beseitigt werden und der Konsument würde profitieren. Es gibt jedoch keine finanziellen Mittel für die Landwirtschaft zur erhöhten Förderung der Zuckerindustrie und auch die nationalen Etats haben kein Geld für zusätzliche Unterstützungsmaßnahmen.⁷⁹ Es kann jedoch auch ohne eine radikale Änderung der Zuckermarktordnung eine Senkung des Interventionspreises um 16% erfolgen, ohne dabei den Rübenpreis zu beeinflussen.⁸⁰

Des Weiteren verlangen der europäische Süßwarenverband CAOBISCO und der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V. (BDSI) die Bereitstellung des aktiven Veredlungsverkehrs oder den Zugang zum C-Zucker zur Überbrückung des Budgetengpasses. Bisher war die Zuckerindustrie zu keiner flexiblen Lösung beim C-Zucker-Problem bereit. Für die Ausgestaltung des Zugangs zum aktiven Veredlungsverkehr, mit dem Drittlandrohstoffe zum Weltmarktpreis zur Überbrückung des Budgetengpasses bei den Erstattungen zollfrei in die EU importiert werden können, schlugen der BDSI und der

⁷⁶ www.bdsi.de/bdsiNews.html, Artikel BDSI zu Reformvorschlägen der EU-Kommission, 15.09.2004.

⁷⁷ www.bdsi.de/mid0155.html, Artikel BDSI von 09.2003, 15.09.2004.

⁷⁸ *Jahresbericht 1999/2000*, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V., 2000, S.111-112.

⁷⁹ http://europa.eu.int/comm/commissioners/fischler/media/014_de.pdf, „Gesüßte Subventionen“ von 24.09.2003, 15.09.2004.

⁸⁰ *Jahresbericht 1999/2000*, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V., 2000, S.111-112.

europäische Süßwarenverband CAOBISCO ein Verteilungsverfahren der Veredlungsrechte auf die einzelnen Exporteure auf Wertbasis vor. Die Zuckerindustrie bekämpft diesen Ansatz, da die Lebensmittelexporteure bei dieser Flexibilität überwiegend Zucker im aktiven Veredlungsverkehr einführen würden, weil Zucker relativ unproblematisch zu importieren und zu verarbeiten sei. Der BDSI wiederum klagt die Zuckerindustrie an, wäre nämlich die Zuckermarktordnung reformiert und die Zuckerpreise Richtung Weltmarktpreisniveau gesenkt worden, stünde die Verarbeitungsindustrie nicht vor dem Erstattungsengpass im Export.⁸¹

5.3 Abkommen zur Sicherung stabiler Verbraucherpreise in Deutschland

Damit die Preisschwankungen des Rohkakaos aus den Entwicklungsländern nicht auf die Verbraucherpreise für Schokolade übertragen werden, musste die EU Abkommen mit den Lieferländern schließen. Durch Mindestpreise können gleichmäßige Preise garantiert werden. Die Lomé-Abkommen und deren späterer Nachfolger, das im Juni 2000 abgeschlossene Abkommen von Cotonou, stützen sich auf 3 Säulen: Handel, Entwicklungshilfe und Politik. Im Bereich Handel gestattet die EU den AKP-Staaten (ehemalige europäische Kolonien und Überseegebiete: Afrikanisch-Karibisch-Pazifischen-Staaten) mehr als 70% ihrer Produkte in die Union zollfrei einzuführen. Davon sind Fertigwaren ausgeschlossen und für Zucker bestehen bis 2006 noch Sonderregelungen.

Die handelspolitischen Maßnahmen bestehen aus Handelserleichterungen, der Everything-but-Arms-Initiative (keine Abgaben, Zölle und Einfuhrquoten für Exporte der am wenigsten entwickelten Länder, außer für Zucker) und dem Allgemeinen Präferenzsystem (Zollausnahmen für landwirtschaftliche Verarbeitungserzeugnisse).

Ein weiteres wichtiges Element ist das Stabilisierungssystem der Exporteinkünfte für ausgewählte landwirtschaftliche Rohstoffe (STABEX). Das STABEX-System garantiert den AKP-Staaten ein Mindesteinkommen: Sobald die Exporteinnahmen eines der 50 wichtigsten Agrarprodukte für die Entwicklungsländer (Bsp. Kakao) einen bestimmten Grenzwert unterschreiten, gleicht die EU den Verlust durch entsprechende Zahlungen aus ihrem Haushalt wieder aus.

Die Entwicklungshilfe umfasst finanzielle, humanitäre und technische Hilfsaktionen der Gemeinschaft. Das wichtigste Element ist hierbei der europäische Entwicklungsfond, dessen Mittel nicht aus dem EU-Budget, sondern aus individuellen Beiträgen der EU-

⁸¹ „Jahresbericht 1999/2000“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V., 2000, S.111-112.

Mitgliedsstaaten stammen. Wie viel jedes der AKP-Länder aus dem Fond erhält, wird für einen fünfjährigen Zeitraum in Verhandlungen mit diesem Land festgelegt.^{82,83}

Anfang März 2001 kam ein sechstes internationales Kakaoabkommen (ICCAs - International Cocoa Agreements) zwischen den kakaoproduzierenden und –verarbeitenden Ländern zustande. Ziel der früheren Abkommen war es Angebot und Nachfrage einander anzugleichen und übermäßige Schwankungen des Kakaopreises zu verhindern. Ein Mindestpreis für Kakaobohnen sollte festgelegt und eine Abnahme garantiert werden, so dass sich auf lange Sicht die wirtschaftliche Situation der Kakaobauern verbessern würde. Außerdem sollten Bufferstocks (Ausgleichslager) gebildet werden, die extreme Preisschwankungen auffangen konnten.

Das neue Abkommen beinhaltet keine wirtschaftlichen Mechanismen zur unmittelbaren Marktlenkung. Im Mittelpunkt steht die für Anbau- und Abnehmerländer gleichermaßen wichtige Erarbeitung und Weiterentwicklung eines Programms für einen nachhaltigen Kakaoanbau, mit dem eine ausreichende Versorgung der Schokoladenindustrie mit qualitativ hochwertigem Kakao langfristig gesichert werden soll.

Die Aufgaben des ICCAs bestehen heute überwiegend in der Lagerverwaltung sowie dem Sammeln und Veröffentlichen von Daten.⁸⁴

5.4 Preise für Süßwaren und Schokolade

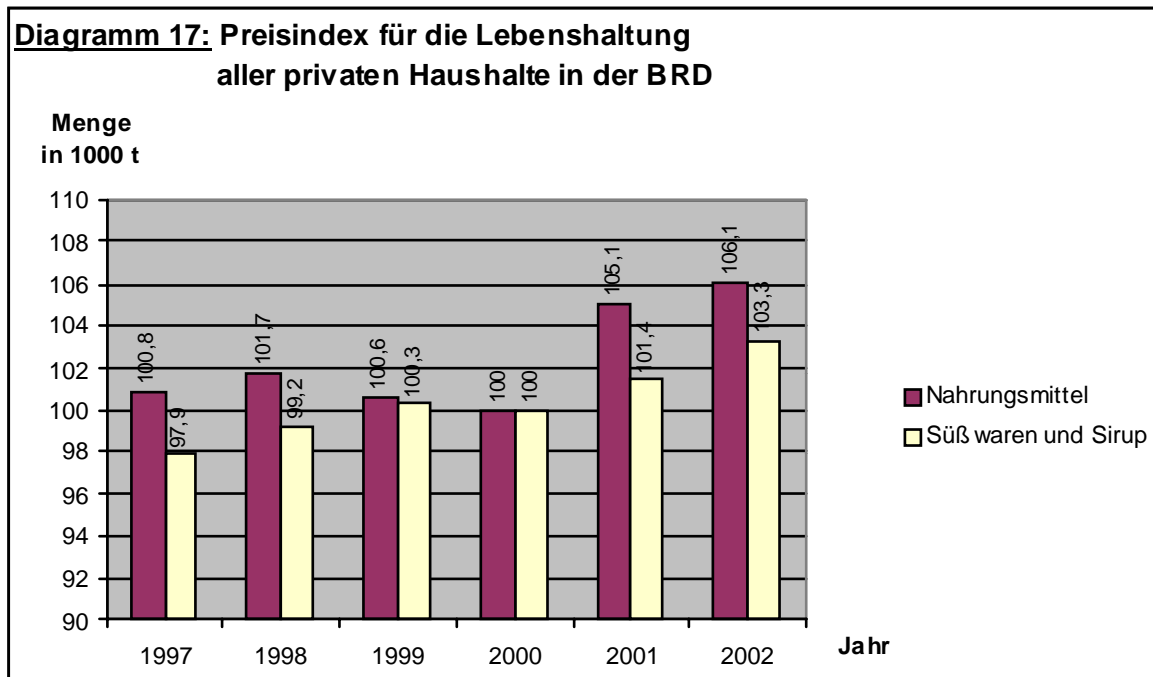
5.4.1 Entwicklung des Preisindex für Nahrungsmittel und Süßwaren

Mit der allgemeinen Erhöhung der Lebensmittelpreise nahmen auch die Preise für Süßwaren zu. Der Konsument ist bereit einen höheren Preis für die süßen Waren zu zahlen, da sie einen festen Bestandteil in seiner Nahrung bilden.

⁸² www.bpb.de/popup_druckversion.html?guid=0990365243493200205911286203179808.09.04, 15.09.2004.

⁸³ www.europa-digital.de/dschungelbuch/pol_feld/entwicklung/instrum.shtml, 15.09.2004.

⁸⁴ www.bdsi.de/bdsi/bdsinews.html, Artikel BDSI von 28.05.2001, 15.09.2004.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 18* zeigt den Preisindex für die Lebenshaltung aller privaten Haushalte für Nahrungsmittel und Süßwaren und Sirupe in der BRD. Der allgemeine Preisindex für die Lebenshaltung der privaten Haushalte stieg 1997 für Nahrungsmittel von 100,8 auf 106,1 im Jahre 2002 (5,3%). Der Preisindex für Süßwaren stieg ebenfalls von 97,9 auf 103,3 (5,5%). 2000 sanken die Werte kurzfristig auf jeweils 100 ab.⁸⁵

Die Preise für Nahrungsmittel stiegen im Januar 2004 gegenüber Januar 2003 um 1,5%. Die Verbraucher mussten im Vergleich zum Vorjahr 6,8% mehr für Süßwaren und Schokolade ausgeben. Die Süßigkeiten und Knabberereien haben sich somit innerhalb des Jahres von 2003 zu 2004 stark verteuert. Rückläufig waren dagegen die Preise für Kakao mit -1,8%.⁸⁶

5.4.2 Preisbildung und –entwicklung von Schokoladewaren

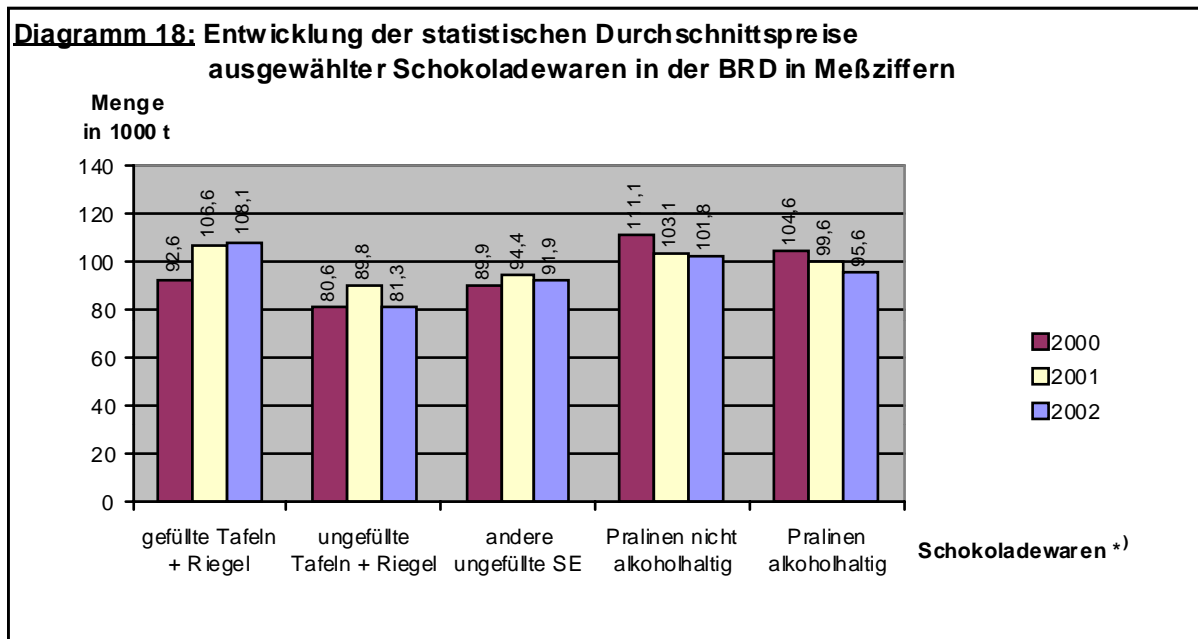
Der Einkaufspreis für die Rohstoffe von Schokolade, wie z.B. Kakao und Zucker, liegt weit unterhalb der Verbraucherpreise in Deutschland. Die Ursache für die höheren Zahlungen der Konsumenten liegt an den Kosten für Transporte, Produktion, Verpackung, Arbeitskräfte und vielem mehr.

⁸⁵ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 123, S.163.

⁸⁶ www.innovations-report.de/html/berichte/statistiken/bericht-25912.html, 15.09.2004.

Die Schwankungen der Kakaopreise werden durch Mindestpreise und das STABEX-System abgefangen und dadurch nicht auf den Verbraucherpreis übertragen.

Deutschland ist ein Veredelungsland, das Rohkakao durch Verarbeitung in ein hochwertiges Produkt wie Schokolade umwandelt. Die Wertschöpfung daraus schlägt sich auf dem Verbraucherpreis nieder.



*) SE = Schokoladeerzeugnisse

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 17* zeigt die Entwicklung der statistischen Durchschnittspreise ausgewählter Schokoladewaren in der BRD. Insgesamt haben sich die Schokoladepreise seit 2000 erhöht. Besonders gefüllte Tafeln und Riegel stiegen im Preis seit 2000 mit 92,6 auf 108,1 im Jahre 2002 (16,7%). Die ungefüllten Schokoladeerzeugnisse (SE) stiegen im Durchschnittspreis nur von 2000 mit 89,9 auf 91,9 im Jahre 2002 (2,2%) und die ungefüllten Tafeln und Riegel stiegen von 2000 mit 80,6 auf 81,3 im Jahre 2002 (0,9%). Beide ungefüllten Produktgruppen hatten 2001 ihren Höchstwert. Die Gruppe der Pralinen sank dagegen im Preis. Alkoholhaltige Pralinen sanken seit 2000 von 104,6 auf 95,6 im Jahre 2002 (-8,6%) und nicht alkoholhaltige Pralinen sanken seit 2000 von 111,1 auf 101,8 im Jahre 2002 (-8,4%). Die Werte decken sich in etwa mit der Nachfrage nach diesen Produkten ab, je höher die Nachfrage nach einem Produkt ist, umso höher wird der Preis.⁸⁷

Ein großer Teil der Schokoladenrohstoffe muss importiert werden. Das bedeutet, dass Preise und Verbrauch größtenteils von der Entwicklung des Angebots und der Nachfrage auf den

⁸⁷ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 122, S.162.

Weltmärkten abhängig sind. Dabei kann die Erzeugung von Kakao nicht beliebig schnell und im gewünschten Umfang ausgeweitet werden, da der Kakaobaum vier bis fünf Jahre Wachstum benötigt, bevor er handelsfähige Erträge liefert. Bei großer Nachfrage liegen allerdings vorsorglich angelegte Ausgleichslager vor.

5.4.3 Billige Discounter Süßwaren und Qualitätsbeeinflussungen

Ein Discountgeschäft ist ein Lebensmittelgeschäft, das nach dem Discountprinzip arbeitet, d.h. begrenztes Sortiment, einfache Ladenausstattung und niedrige Preise.

Die Eigenmarken von diesen Handelsketten, sog. Handelsmarken, konkurrieren mit traditionellen Herstellermarken. Hierbei entscheidet sich der Wettbewerb über den Preis. Der durchschnittliche Preis der Handelsmarken liegt ca. 33% unter den Preisen der Herstellermarken. 1993-1994 verteuerten die Einzelhändler ihre Produkte zwecks einer besseren Gewinnspanne.⁸⁸

Für Schokoladenprodukte ist es schwierig Handelsmarken durchzusetzen, da Schokolade dem Konsumenten in einem vielfältigen Angebot zur Verfügung steht und qualitativ kritisch bewertet wird.

Die Aldi-Eigenmarken sind in der Regel erfolgreichen Markenartikeln nachempfunden. Der Konzern hat es sich seit Jahrzehnten zur Aufgabe gemacht, die niedrigsten Preise in Deutschland zu haben. Die anderen Handelsunternehmen sahen diese Preise als Messlatte an und so entstand ein Kernsortiment von Artikeln, die sich preislich auf Aldi-Niveau oder zumindest in der Nähe bewegt. Außerdem betreibt Aldi einen hohen Kostenaufwand für Werbung und expandiert weit innerhalb Europas.

Die Discounter erzielen bei Schoko- und Zuckerwaren mehr als 40 Prozent Marktanteil und bei den Dauerbackwaren fast 50 Prozent der Haushaltsausgaben. Leidtragende dieses Trends sind die Markenartikel und Preisführer. Sie haben 2002 deutliche Einbußen hinnehmen müssen.⁸⁹

Dies zeigt, dass ein tiefes Vertrauen in Discounter herrscht, welches allerdings erst Jahrzehnte lang aufgebaut werden musste. In Zukunft wird es wohl eine Weiterentwicklung der Handelsmarken geben, solange sie weiterhin preislich günstiger sind und die Produktausstattung ansprechend ist.

⁸⁸ www.suesse-seiten.de/2_8.html, 15.09.2004.

⁸⁹ www.suesse-seiten.de/2_8.html, 15.09.2004.

Durch die neu gefasste Verordnung über Kakao- und Schokoladenerzeugnisse, die ab Dezember 2003 in Kraft trat, kann es zu weiteren qualitativen und preislichen Veränderungen der Schokolade kommen. Jetzt ist es erlaubt bei der Herstellung von Schokolade neben Kakaobutter sechs weitere pflanzliche Fette zu verwenden: Illipe, Palmöl, Sal, Shea, Kokum und Mangokern. Die Haltbarkeit der Schokolade kann so verbessert und der Schmelzpunkt weiter erhöht werden. Außerdem sind Pflanzenfette finanziell günstiger als die Kakaobutter. Im Moment ist noch ein Höchstgehalt von 5% vorgeschrieben und es muss ein Hinweis auf den veränderten Inhalt der Verpackung aufgedruckt werden.

Kritiker meinen, dass bei dem Einsatz von anderen Fetten die Qualität der Schokoladenprodukte verschlechtert werde. Außerdem sinkt durch den verminderten Verbrauch von Kakaobohnen der Kakaopreis weiter ab und die Menschen in den Anbauländern verdienen immer weniger mit dem Anbau des Kakaos.⁹⁰

5.5 Werbung in der Süßwarenbranche und ihre Kosten

5.5.1 Werbestrategien in der Süßwarenbranche

Immer mehr Menschen bevorzugen Diätprodukte. Die Schokolade mit weniger Zucker oder kalorienreduziertes Fett bedeuten eine Marktlücke, die sich die Hersteller nicht entgehen lassen werden. Jedoch müssen hierbei die höheren Herstellungskosten durch den gesteigerten Umsatz gedeckt werden.

Ein Produkt bei dem das Diätverhalten des Konsumenten durch die Werbung ausgenutzt wird ist z.B. Katjes-Joghurtgums. Jede Tüte trägt hier einen großen Aufdruck: „Ohne Fett!“.

Jede Firma versucht sich eine eigene Identität aufzubauen. Die Herstellung von Schokoladenquadraten ist z.B. das Markenzeichen vom Ritter-Konzern. Durch die quadratische Form konnte man die Schokolade schon damals bequem in einer Jeanstasche mitnehmen. Die Produkte etablierten sich mit dem Markennamen Ritter Sport und dem Motto "Quadratisch. Praktisch. Gut." auf dem gesamtdeutschen Markt. Zusätzlich erhielt jede Geschmackssorte eine ganz persönliche Farbe. Variiert werden heute lediglich die Größe und Geschmacksrichtung. Im Moment gibt es kleine Schokowürfel neu auf dem Markt.

Die aktuellen Trends in der Süßwarenproduktion sind kleine Verpackungseinheiten, Multipacks, Premium-Produkte sowie Snackwaren. Des Weiteren spielen die besonderen und

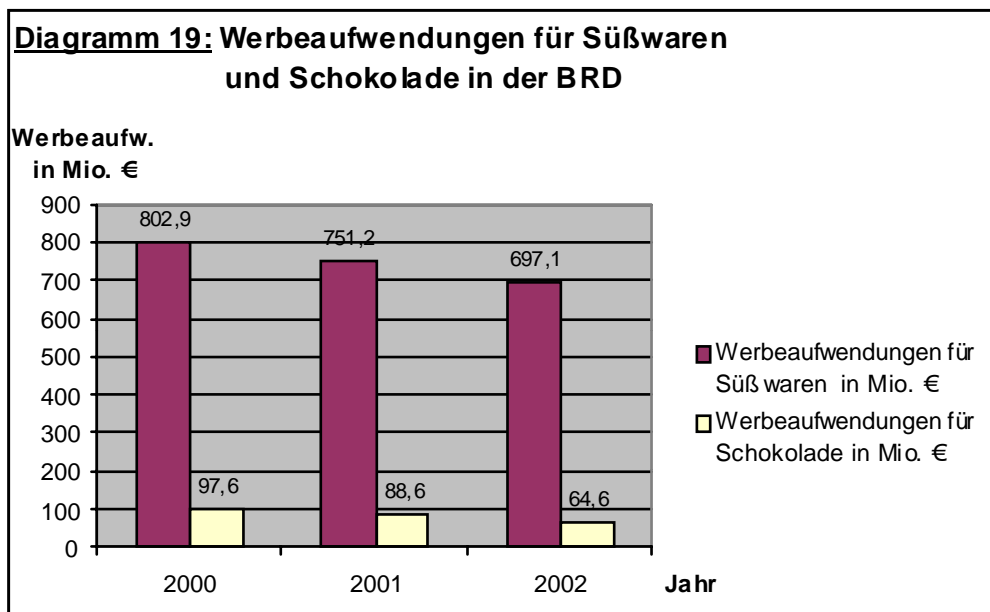
⁹⁰ www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/DienueKakaobutterverordnung_01.doc, 15.09.2004.

hochwertigen Produkte für Kinder eine große Rolle. Die Mütter geben ihren Kleinen z.B. nur Schokolade mit einer Extraportion Milch drin. Darüber hinaus wird heute nicht nur Schokolade verkauft, sondern erst mittels Beigabe von Spielsachen oder Figuren haben die Hersteller einen Verkaufsvorteil gegenüber anderen Produzenten.

Ferner gibt es Herrensokolade welche mit einem herberen Geschmack die Zielgruppe der Männer anspricht

5.5.2 Werbeaufwendungen für Süßwaren und Schokolade

Insgesamt sanken durch die schlechte wirtschaftliche Situation in den letzten Jahren die Investitionen für Werbungen ab. Dies fällt jedoch aufgrund des enormen Etats für die Reklame im Moment noch nicht so ins Gewicht. Lediglich Arbeitsplätze gingen durch die Kürzungen in dieser Branche verloren.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Das *Diagramm 19* zeigt die Werbeaufwendungen für Süßwaren und Schokolade in der BRD. Die Gesamtbudgets aller klassischen Werbeinvestitionen für die Süßwarenindustrie tragen nach 2000 ein negatives Vorzeichen. Im Jahre 2000 wurden noch 802,9 Mio. € investiert, 2001 waren es nur noch 751,2 Mio. € und 2002 wurden insgesamt 697,1 Mio. € verzeichnet. Dies entspricht einem Minus von 13,2%.

In der Schokoladenbranche sanken die Werbeaufwendungen seit 2000 von 97,6 Mio. € auf 64,6 Mio. € 2002. Dies entspricht einem Minus von 33,8%. Von der reinen Schokolade sind einige Investitionen auf die Schokoladenspezialitäten gewandert.⁹¹

Die Medien mussten sehr unter den Werbeinvestitionskürzungen leiden. Das Werbefernsehen macht allerdings immer noch den größten Anteil an den Werbeaufwendungen mit 89,1% aus. 2000 wurden noch 726,2 Mio. € investiert, dagegen waren es 2002 nur noch 621,3 Mio. € (-14,5%). Auch der Werbefunk mit seinem Anteil von 3,6 % an den Werbeaufwendungen sank seit 2000 mit 27,9 Mio. € auf 25,4 Mio. € im Jahre 2002 (-9%).

Bei den Zeitschriften wurden für Publikumszeitschriften 4,1 %, Fachzeitschriften 0,5% und Tageszeitungen 0,8% der Werbeaufwendungen 2002 gezahlt. Die Aufwendungen für Publikumszeitschriften sanken seit 2000 von 31,4 Mio. € auf 28,5 Mio. € im Jahre 2002 (-9,2%) und für Fachzeitschriften sanken die Werte enorm seit 2000 von 6,2 Mio. € auf 3,6 Mio. € im Jahre 2002 (-41,9%). Für Tageszeitungen dagegen stiegen die Werbeaufwendungen erheblich seit 2000 von 2,5 Mio. € auf 5,8 Mio. € im Jahre 2002 (132%).

Auch für Plakate, die 2002 einen Werbeaufwendungsanteil von 1,8% ausmachten, stiegen die Werte seit 2000 von 8,9 Mio. € auf 12,5 Mio. € im Jahre 2002 (40,5%).⁹²

6) Zusammenfassung

⁹¹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 124, S.167.

⁹² „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 125, S.168.

Die Schokolade sowie die Süßwaren haben bis heute viele Entwicklungsstufen durchlaufen: Vom Götter- zum Kindergetränk, vom Luxus- zum Konsumgut, vom exquisiten Produkt für besondere Anlässe zum Snack für jede Gelegenheit.⁹³

Deutschland importiert heute Kakaobohnen hauptsächlich aus den ehemaligen europäischen Kolonien in Afrika. Das mengenmäßig größte Lieferland ist die Elfenbeinküste. Sie macht 60% des Rohkakaoinports von Deutschland aus.⁹⁴

Insgesamt ist die Rohkakaoverarbeitung durch die Süßwaren- und Schokoladewarenindustrie in Deutschland seit 1963 um die Hälfte gestiegen. Die BRD ist nach den Niederlanden und den USA der größte Rohkakaoverarbeiter der Welt.⁹⁵

Der Selbstversorgungsgrad für Zucker liegt in Deutschland bei etwa 140%, dementsprechend hoch ist der Verarbeitungsanteil.⁹⁶ Seit 1997/98 erhöhte sich die Verarbeitung von Zucker durch die Süßwarenindustrie um 11% und durch die Schokoladewarenindustrie um 7%.⁹⁷

Die größten Schokoladeproduzenten in Deutschland sind die Konzerne Ferrero, Stollwerck, Kraft Foods, Ludwig Schokolade und Alfred Ritter.⁹⁸ Weitere große Süßwarenfirmen sind Nestlé, Storck und Mars.

Die Betriebszahl der Süßwarenindustrie sank kontinuierlich seit 1962 um über die Hälfte. Durch den starken Konzentrationsprozess nahm auch die Zahl der Beschäftigten um ein viertel ab.⁹⁹

Deutschland liegt auf Platz eins der Produktion von Schokoladewaren in der EU.¹⁰⁰ Seit 1970 stieg die mengenmäßige Süßwaren- und Schokoladewareproduktion um ca. 200% an.^{101,102} Das Inlandsangebot erhöhte sich ebenfalls entsprechend der Produktionssteigerung.

Der Süßwarenumsatz hat sich seit 1962 fast versiebenfacht.¹⁰³ Eine Ursache für den steigenden Umsatz ist die Konzentration der Betriebe. Durch die geringere Anzahl der Unternehmen konnte jetzt mehr Umsatz verzeichnet werden.

⁹³ www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/Schokoladeim20Jhd_01.doc , 03.09.2004.

⁹⁴ www.bdsi.de/schoko/fs08_a.html, 23.08.2004.

⁹⁵ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 114, S.148.

⁹⁶ „Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2003“, Münster-Hiltrup, Landwirtschaftsverlag GmbH, 2003, Tabelle 208, S.188.

⁹⁷ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 113, S.147.

⁹⁸ www.theobroma-cacao.de/land/deh.htm, 15.09.2004.

⁹⁹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 8, S.19.

¹⁰⁰ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 50, S.75.

¹⁰¹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 21, S.44.

¹⁰² www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

¹⁰³ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 7, S.18.

Der Süßwarenverbrauch stieg seit 1970 um über drei viertel und der Schokoladewareverbrauch um über die Hälfte an.

Deutschland gehört nach der Schweiz zum Land mit dem größten Pro-Kopf-Verbrauch an Schokolade weltweit.¹⁰⁴ Ein Grund hierfür sind die niedrigen Preise für die Schokoladeprodukte.¹⁰⁵ Die Schokolade hat ihren Luxusartikelstatus verloren und wird heute in Deutschland eher als Verbrauchsgut angesehen. Im Moment ist allerdings wieder ein Trend hin zu Qualitätsprodukten zu erkennen.

Anfang der 90er war Deutschland einer der Hauptimporteure von Rohkakao. Seit 1996 kam es zum Rückgang der Importe um ein Drittel. Unter der sinkenden Einfuhr litt auch die Verarbeitung von Rohkakao.^{106,107} Der Export von Rohkakao spielt in Deutschland eher eine untergeordnete Rolle. Wie auch beim Import sanken hier die Werte seit 1996 um über die Hälfte.¹⁰⁸

Ab 2001 stieg der Import von Süßwaren wieder um 6%. Bei den Schokoladewaren kam es dagegen zu einem geringen Rückgang der Einfuhren.^{109,110,111}

Die deutsche Süßwarenindustrie ist immer noch der Weltmeister im Export. Seit 2001 stiegen die Süßwaren- und Schokoladewarexporte um etwa 9%.^{112,113,114}

Außerdem ist Deutschland einer der Hauptnettoimporteure von Süßwaren und Schokoladeprodukten aus anderen westlichen europäischen Ländern. Besonders die Niederlande und Frankreich führen große Mengen an diesen Produkten nach Deutschland ein.

Die größten nicht EU-Hauptlieferländer im Jahre 2002 sind Schweiz, Polen, Türkei und die Tschechische Republik.¹¹⁵

Die europäischen Hauptabnehmerländer von Süßwaren und Schokoladeprodukten im Jahre 2002 sind Frankreich, die Niederlande und Österreich. Weiterhin importieren USA, Polen und Schweiz als nicht europäische Abnehmer die Produkte aus Deutschland.¹¹⁶

¹⁰⁴ www.theobroma-cacao.de/land/deh.htm, 15.09.2004.

¹⁰⁵ www.suesse-seiten.de/3_1.html, 03.09.2004.

¹⁰⁶ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 116, S.150.

¹⁰⁷ www.bdsi.de/schoko/fs08_a.html, 23.08.2004.

¹⁰⁸ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 116, S.150.

¹⁰⁹ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 54,55, S.81,82.

¹¹⁰ www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

¹¹¹ www.bdsi.de/schoko/fs07_a.html, 23.08.2004.

¹¹² „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 59,60, S.86,87.

¹¹³ www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

¹¹⁴ www.bdsi.de/schoko/fs07_a.html, 23.08.2004.

¹¹⁵ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 64,67, S.91,94.

¹¹⁶ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 65,68, S.92,95.

Die Kakao-Preise werden über die großen Warenterminbörsen ausgehandelt. Insgesamt hat sich seit 1960 der Kakao-Preis um fast das Dreifache verteuert.¹¹⁷

Der Zucker-Preis hingegen wurde seit 1993 um ca. 4% billiger.¹¹⁸ Diese Senkung ist laut dem Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) immer noch zu gering.

Die Preisdifferenz für die Süßwarenindustrie durch überbewertete Rohstoffe, wie z.B. Zucker, sollten eigentlich beim Export durch Ausfuhrerstattungen von der EU ausgeglichen werden.¹¹⁹

Da sich die EU die Zahlungen auf Dauer nicht leisten kann, streiten sich die Süßwaren- und Zuckerindustrie über weitere Preissenkungen und Abschaffung des Quotensystems.

Damit die Preisschwankungen des Rohkakao aus den Entwicklungsländern nicht auf die Verbraucherpreise für Schokolade übertragen werden, musste die EU Abkommen mit den Lieferländern schließen. Das STABEX-System (Stabilisierungssystem der Exporteinkünfte für ausgewählte landwirtschaftliche Rohstoffe) z.B. garantiert den AKP-Staaten (Afrikanisch-Karibisch-Pazifischen-Staaten) ein Mindesteinkommen.^{120,121}

Die einzelnen Schokoladedurchschnittspreise haben sich seit 2000 erhöht.¹²² Insgesamt nahm der Preisindex für Süßwaren seit 1997 um ca. 6% zu.¹²³

Die Discounter erzielen durch ihre niedrigeren Preise bei Schoko- und Zuckerwaren mehr als 40% Marktanteil und bei den Dauerbackwaren fast 50% der Haushaltsausgaben. Leidtragende dieses Trends sind die Markenartikel und Preisführer. Sie haben 2002 deutliche Einbußen hinnehmen müssen.¹²⁴

Die aktuellen Trends in der Süßwarenproduktion sind neben kalorienreduzierten Fabrikaten, kleine Verpackungseinheiten, Multipacks, Premium-Produkte sowie Snackwaren. Des Weiteren spielen Produkte für Kinder eine große Rolle.

Insgesamt sanken durch die schlechte wirtschaftliche Situation in den letzten Jahren die Investitionen für Werbungen ab. Seit 2000 erfolgte ein Rückgang der Werbeinvestitionen für die Süßwarenindustrie um 13% und für die Schokoladenbranche um 34%.¹²⁵

Das Werbefernsehen macht immer noch den größten Anteil an den Werbeaufwendungen mit fast 90% aus. Danach folgen Werbefunk, Zeitschriften und Plakate.¹²⁶

¹¹⁷ www.bdsi.de/schoko/fs08_a.html, 23.08.2004.

¹¹⁸ www.statistik.nuernberg.de/JP/JP_aktuell/Kap14.pdf, 12.09.2004.

¹¹⁹ www.verbaendeforum.de/news/ges_text.php4?m=21174, Artikel BDSI von 08.10.2003, 23.08.2004.

¹²⁰ www.bpb.de/popup_druckversion.html?guid=0990365243493200205911286203179808.09.04, 15.09.2004.

¹²¹ www.europa-digital.de/dschungelbuch/pol_feld/entwicklung/instrum.shtml, 15.09.2004.

¹²² „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 122, S.162.

¹²³ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 123, S.163.

¹²⁴ www.suesse-seiten.de/2_8.html, 15.09.2004.

¹²⁵ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 124, S.167.

¹²⁶ „Süßwarentaschenbuch 2002“, Tabelle 125, S.168.

7) Literaturverzeichnis

Bücher und Hefte:

„*Jahresbericht 1999/2000*“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V., 2000.

„*Prospects for the world cocoa market until the year 2005*“, New York, united nations conference on trade and development, report by the UNCTAD secretariat and the secretariat of the international cocoa organization, 1991.

„*Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2003*“, Münster-Hiltrup, Landwirtschaftsverlag GmbH, 2003.

„*Süßwaren*“, Bonn, aid Infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e. V., 2003.

„*Süßwarentaschenbuch 2002 – Struktur und Entwicklungstendenzen der Süßwarenindustrie der Bundesrepublik Deutschland*“, Bonn, Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V., 2003.

Zitek Rudolf, „*Kaffee, Tee, Kakao*“, Murnau, München, Innsbruck, Olten, Orionbücher Verlag Sebastian Lux.

Internet:

http://europa.eu.int/comm/commissioners/fischler/media/014_de.pdf, 15.09.2004.

www.bdsi.de/bdsi015.html, 23.08.2004.

www.bdsi.de/bdsiNews.html, 15.09.2004.

www.bdsi.de/mid0155.html, 15.09.2004.

www.bdsi.de/schoko/fs05_a.html, 23.08.2004.

www.bdsi.de/schoko/fs06_a.html, 23.08.2004.

www.bdsi.de/schoko/fs07_a.html, 23.08.2004.

www.bdsi.de/schoko/fs08_a.html, 23.08.2004.

www.bpb.de/popup_druckversion.html?guid=0990365243493200205911286203179808.09.04, 15.09.2004.

www.eftafairtrade.org/pdf/YRB2001Ch06_GE.pdf, 03.09.2004.

www.europa-digital.de/dschungelbuch/polfeld/entwicklung/instrum.shtml, 15.09.2004.

www.innovations-report.de/html/berichte/statistiken/bericht-25912.html, 15.09.2004.

www.mars.com/what_do_we_do&63/Snackfood.asp, 15.09.2004.

www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/TexteSchokogeschichte_01.doc, 03.09.2004.

www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/exe/schokoladeinEuropa_01.doc, 03.09.2004.

www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/IndustrialisierungderSchokoladenproduktion_01.doc, 03.09.2004.

www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/Schokoladeim20Jhd_01.doc, 03.09.2004.

www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/WarenterminboerseKakao_01.doc, 03.09.2004.

www.schokoladenmuseum.de/objectGallery/doc/DieneueKakaobutterverordnung_01.doc, 15.09.2004.

www.statistik.nuernberg.de/JB/JB_aktuell/Kap14.pdf, 12.09.2004.

www.storck.de, 15.09.2004.

www.suesse-seiten.de, 15.09.2004.

www.suesse-seiten.de/2_1.html, 03.09.2004.

www.suesse-seiten.de/2_8.html, 15.09.2004.

www.suesse-seiten.de/3_1.html, 03.09.2004.

www.theobroma-cacao.de/land/deh.htm, 15.09.2004.

www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=280, 15.09.2004.

www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=375, 15.09.2004.

www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=415, 15.09.2004.

www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=457, 15.09.2004.

www.theobroma-cacao.de/land/schokoladenfirmenliste.php?we_objectID=577, 15.09.2004.

www.verbaendeforum.de/news/ges_text.php4?m=21174, 23.08.2004.