

Juli 2023



Der Korrespondent der gtai hat den Bericht im Auftrag des VDMA mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt.
Der VDMA übernimmt für Inhalt und Richtigkeit keine Haftung.

Herausgeber

VDMA

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Lyoner Strasse 18

60528 Frankfurt am Main

Internet: Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen - vdma.org - VDMA

Kontakt:

Daniel Dellemann

Telefon: 069 6603-1931

E-Mail: daniel.dellemann@vdma.org

Preise für Nahrungsmittel ziehen deutlich an

Polen ist ein bedeutendes Herstellerland von Nahrungsmitteln, deren Überschüsse es in verstärktem Maße exportiert. Im Pharmasektor erhöhen die Apotheken ihre Verkäufe. Handelsketten setzen mehr Kosmetika ab.

Gesamtwirtschaftlicher Ausblick (Stand: Juni 2023)

Mehr als ein Mini-Wirtschaftswachstum ist für Polen 2023 voraussichtlich nicht drin. Die Stimmung unter den Firmen ist gedrückt. Doch es gibt auch einige positive Signale.

Polens Wirtschaft konnte eine technische Rezession abwenden. In den ersten drei Monaten 2023 stieg das Bruttoinlandsprodukt (BIP) gegenüber dem Vorquartal um 3,9 Prozent. Zwischen Oktober und Dezember 2022 meldete die Statistikbehörde GUS (Główny Urząd Statystyczny) noch ein Minus von 2,3 Prozent. Im Jahresvergleich hingegen stagnierte die Wirtschaft zwischen Januar und März 2023. Für Polen ist das kalenderbereinigte Null-Wachstum trotzdem ein Erfolg. Analysten hatten Schlimmeres befürchtet.

Die Daten überraschen, weil es in vielen Branchen kriselt. Die Umsätze im verarbeitenden Gewerbe gingen zwischen Januar und April 2023 im Jahresvergleich um 0,4 Prozent zurück. Energieintensive Unternehmen wie Keramikhersteller oder Düngemittelproduzenten melden Einbußen. Die Holzverarbeitende Industrie steckt bereits seit einiger Zeit in Schwierigkeiten.

Wenig Grund zur Freude hat auch der Einzelhandel. Die Umsätze schrumpfen. Sondereffekte, wie der Zuzug ukrainischer Flüchtlinge, sind verpufft. Verbraucher schnallen den Gürtel wegen der Inflation enger. Der Wohnungsbau ist eingebrochen. Ohne den florierenden Straßenbau wäre die gesamte Bauwirtschaft ins Minus gerutscht.

Wirtschaftsentwicklung: Erstmals unterdurchschnittlich

Die Europäische Kommission erwartet in ihrer Frühjahrsprognose, dass Polens BIP 2023 um 0,7 Prozent wachsen wird. Die vorangegangene Winterprognose sprach noch von 0,4 Prozent. Weniger erfreulich ist, dass Polen erstmals seit 2004 langsamer wachsen könnte als der EU-Durchschnitt.

Auch mehrere Banken haben ihre Vorhersagen angepasst. Die ING Bank Śląski rechnet jetzt mit einem Wirtschaftswachstum von 1 Prozent statt wie bislang 0,5 Prozent. Besonders optimistisch ist die zur deutschen Commerzbank gehörende mBank. Sie hält ein Plus von 2 Prozent für möglich.

Wirtschaftliche Entwicklung 2022 bis 2024 Polen (reale Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent)

	2022	2023 *	2024 *
BIP	5,1	0,7	2,7
Leistungsbilanzsaldo (in % des BIP)	-3,7	-5,0	-3,7
Bruttoanlageinvestitionen	5,0	2,0	3,1
Privater Verbrauch	3,3	-0,1	2,7
Inflation	13,2	12,7	8,3

* Prognosen Quelle: Europäische Kommission (Frühjahrsprognose) 2023

Unternehmen scheinen diese Auffassung noch nicht zu teilen. Konjunkturumfragen von GUS zeigen, dass die meisten Betriebe im verarbeitenden Gewerbe zukünftige Geschäftschancen negativ einschätzen. Die schlechte Stimmung nimmt sogar eher zu als ab. Dass Unternehmen das Jahr 2023 aber nicht ganz abgeschrieben haben, erkennt man daran, dass es zu keinen Massenentlassungen kommt. Im Gegenteil: Die Zahl der Beschäftigten steigt. Für das Gesamtjahr rechnet die Europäische Kommission damit, dass die Arbeitslosenquote stabil bei rund 3 Prozent bleibt.

Wirtschaftliche Eckdaten Polens

Indikator	2021	2022	Vergleichsdaten Deutschland 2022
BIP (nominal, Mrd. Euro)	576,4	656,9	3.870
BIP pro Kopf (Euro)	15.100	17.370	46.182
Bevölkerung (Mio.)	37,8	37,7	83,4
Wechselkurs (Jahresmittelwert, 1 Euro = ... Zloty)	4,5652	4,6861	---

Quelle: Eurostat 2023; Bundesbank 2023

Investitionen: Es hängt von der Branche ab

Erfreulich ist, dass laut GUS viele Firmen ihre Investitionen erhöhen wollen. Insbesondere die chemische Industrie und die Pharmaindustrie nehmen Geld in die Hand. Auch Hersteller von Elektronik und elektrischer Ausrüstung scheinen bereit für Modernisierungsprojekte. Deutlich verbessert hat sich die Investitionslaune in der Autoindustrie. Das hängt auch damit zusammen, dass sich wichtige internationale Absatzmärkte wie Deutschland erholen.

Schlechter sieht es in einigen energieintensiven Betrieben aus. Keramikproduzenten setzen den Rotstift an. Die ebenfalls energieintensiven Metallhersteller wollen hingegen mehr aufwenden. Die Branche könnte von der wegfallenden Konkurrenz aus Russland profitieren. Unternehmen wie die polnische [Stalprodukt](#) investieren in erneuerbare Energien.

Die Europäische Kommission geht davon aus, dass Polens Bruttoanlageninvestitionen 2023 um 2 Prozent steigen werden. Laut Millennium Bank kommt ein Sondereffekt zum Tragen. Gelder aus der abgelaufenen EU-Haushaltsperiode 2014-2020, die bis Ende 2023 nicht ausgegeben wurden, verfallen. Empfänger von Fördermitteln beeilen sich, Projekte abzuschließen. Bedenklich ist, dass nicht feststeht, wann neue EU-Gelder fließen. Polen muss sein Richter-Disziplinarsystem reformieren, bevor die Europäische Kommission Mittel aus dem [Wiederaufbaufonds](#) freigibt. Ein entsprechendes Gesetz hat Staatspräsident Andrzej Duda an das zerstrittene Verfassungsgericht weitergeleitet.

Konsum: Keine großen Sprünge möglich

Die Inflation wird 2023 voraussichtlich mit 11,7 Prozent zweistellig bleiben. Das wirkt sich negativ auf den Konsum aus. Die Europäische Kommission erwartet, dass die Ausgaben der Privathaushalte um 0,1 Prozent zurückgehen werden. Hinzu kommt der hohe Leitzins der polnischen Zentralbank. Die meisten Immobilienkredite haben eine variable Zinsrate. Steigt der Leitzins, steigt auch die Tilgungsrate. Das Geld fehlt für private Anschaffungen.

Bereits 2022 hatte Polens Regierung darum sogenannte Kreditferien eingeführt. Privatpersonen konnten ihre Immobilienkredite sanktionsfrei aussetzen. Premierminister Mateusz Morawiecki schließt nicht aus, die Kreditferien zu verlängern. Die Parteien werben angesichts der Parlamentswahlen im Herbst 2023 außerdem mit einem höheren Kindergeld und einem höheren Steuerfreibetrag. Die Zusatzleistungen könnten den Privatkonsum ankurbeln. Ein höherer Steuerfreibetrag würde aber die Gemeinden treffen, die einen Teil der Einkommensteuer erhalten. Ohnehin sind die öffentlichen Kassen angespannt, auch weil Polen 1,7 Prozent seines BIP abzweigt, um [Energiepreise](#) zu stabilisieren.

Außenhandel: Krisenfester Handel mit Deutschland

Weil die Kosten für Öl und Gas an den Weltmärkten sinken, kann Polen seine Handelsbilanz verbessern. Im 1. Quartal 2023 erwirtschaftete das Land einen Exportüberschuss von knapp 3 Milliarden Euro. Die Einnahmen helfen, Investitionen zu finanzieren.

Gemessen am Umsatz bleibt Deutschland der größte Handelspartner Polens. Allein in den ersten drei Monaten 2023 stiegen die Exporte Deutschlands nach Polen laut deutscher Statistikbehörde Destatis im Jahresvergleich um 3,5 Prozent auf 22,5 Milliarden Euro.

An Chancen mangelt es nicht. Die Landeswährung Złoty hat wieder an Wert gewonnen, was Einfuhren aus dem Euroraum verbilligt. Außerdem konnten deutsche Hersteller wichtige Aufträge gewinnen. Der deutsch-spanische Hersteller Siemens Gamesa wird Turbinen für einen [Offshore-Windpark](#) des polnischen Energieversorgers PGE liefern.

Außenhandel Polens (in Milliarden Euro; nominale Veränderung in Prozent)

	2021	2022	Veränderung 2021/2022
Importe (cif)	289,7	362,5	25,1
Exporte (fob)	288,2	342,9	19

Quelle: Eurostat 2022

Markttrends Nahrungsmittel

In Polen haben sich Nahrungsmittel in Folge des Kriegs in der Ukraine stark verteuert. Verbraucher greifen verstärkt zu den günstigsten Produkten, darunter Eigenmarken.

Die Inlandsnachfrage nach Nahrungsmitteln und Getränken wuchs von März 2022 bis Februar 2023 laut Marktforschungsunternehmen Nielsen IQ auf Złoty-Basis nominal um 17,7 Prozent auf 40 Milliarden Euro. Mengenmäßig stieg sie jedoch nur um 1,4 Prozent, trotz zahlreicher ukrainischer Flüchtlinge in Polen. Nielsen untersuchte vor allem große Handelsketten.

Im März 2023 lagen die Lebensmittelpreise laut dem Statistischen Hauptamt GUS um 24 Prozent höher als im März 2022. Besonders stark verteuerten sich Milch, Käse, Eier und Zucker. Die Verbraucher reagieren noch preisbewusster und greifen gerne zu Eigenmarken der Supermärkte.

Folgen des Kriegs in der Ukraine stellen Nahrungsmittelbranche vor Herausforderungen

Landwirtschaft und Nahrungsmittelindustrie sind von verschiedenen Turbulenzen in Folge des Ukrainekrieges betroffen. Zunächst stiegen die Erzeugerpreise und damit auch die Verbraucherpreise kräftig. Seit 25. Mai 2022 hat die EU den Zoll auf ukrainische Agrarerzeugnisse befristet ausgesetzt. So importierte Polen 2022 rund 2,45 Millionen Tonnen Getreide aus der Ukraine. Im Jahr 2021 hatte dieser Getreideimport noch 0,1 Millionen Tonnen betragen.

Da die Ukraine verstärkt den Landweg durch die EU für ihre Exporte etwa nach Afrika nutzen muss und die Umschlagkapazitäten in Ländern wie Polen dafür nicht ausreichen, stapelte sich dort das Getreide. Am 15. April 2023 verhängte Polen wegen des immensen Preisdrucks einseitig einen Importstopp für ukrainische Agrargüter. Die EU stellt nun mittelosteuropäischen Bauern Entschädigungszahlungen in Aussicht. Zuvor hatte sie ein polnisches Programm zur Förderung der Weizen- und Maiserzeugung mit Direktzuschüssen in Höhe von 126 Millionen Euro gebilligt.

Erzeugung verteuert sich

Da Lieferungen von Dünger aus Russland und Belarus ausbleiben, sind Polens Landwirte stärker auf die inländische Düngemittelproduktion angewiesen. Diese benötigt teures Erdgas, was die Preise für Dünger und folglich auch für Nahrungsmittel polnischer Erzeuger weiter in die Höhe treibt. Um hier gegenzusteuern, hatte die Regierung bis Ende 2022 den Mehrwertsteuersatz für Dünger auf 0 Prozent gesenkt und Düngerkäufe durch Landwirte mit 54 Euro bis 108 Euro pro Hektar bezuschusst. Seit Anfang 2023 gilt wieder der Mehrwertsteuersatz von 8 Prozent. Die Regierung sucht nach alternativen Möglichkeiten, um auf dem Düngemarkt zu intervenieren.

Zudem soll der reduzierte Mehrwertsteuersatz, der seit dem 1. Februar 2022 für zwei Drittel der Nahrungsmittel auf 0 Prozent abgesenkt wurde, noch bis Ende Juni 2023 gelten. Dies soll dem Preisauftrieb zusätzlich entgegenwirken. Denkbar ist eine weitere Verlängerung bis Jahresende. Im Jahr 2022 waren die Produzentenumsätze vor allem nominal kräftig gestiegen.

Umsatz mit Nahrungsmitteln und Getränken in Polen (in Millionen Euro)

Kategorie	2020 ¹⁾	2021 ¹⁾	2022 ¹⁾	Veränderung 2022/2021 ²⁾
Nahrungsmittel	56.756	61.201	82.911	5,4
Getränke	4.961	5.300	6.309	7,7
Tabakwaren	1.872	1.865	2.025	2,8

¹⁾ umgerechnet zum jeweiligen Jahresdurchschnittskurs, 2021: 1 Euro=4,5652 Złoty, 2022: 1 Euro=4,6861 Złoty;

²⁾ reale Veränderung in Prozent auf Złoty-Basis

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS 2023

Weitere Investitionen in Kapazitätsausbau absehbar

Die Nahrungsmittelindustrie muss weiter investieren, um ihre Kapazitäten zu erhöhen und ihre Effizienz durch Automatisierung zu steigern. Moderne Verpackungen sollen die Umwelt weniger belasten. Beispielsweise investiert Tymbark-MWS, ein polnischer Hersteller von Säften, Nektar und anderen Getränken, 40 Millionen Euro in die Modernisierung seiner Fabrik in Zator im Krakauer Technologiepark. Ganz in der Nähe in Andrychów will das Konkurrenzunternehmen Wosana 10,1 Millionen Euro für seinen Maschinenpark aufwenden.

Die Investitionen in die Nahrungsmittelproduktion waren bereits 2022 gestiegen. Die Aufwendungen von Unternehmen mit mindestens 50 Beschäftigten erreichten laut GUS 2.247 Millionen Euro. Das entsprach auf Złoty-Basis einem nominalen Zuwachs um 19,5 Prozent gegenüber 2021. Auch die Investitionen in die Getränkeherstellung haben auf 275,2 Millionen Euro zugelegt (+11 Prozent). Die Tabaksparte wandte dagegen nur noch 70,7 Millionen Euro auf (-46,2 Prozent).

Pflanzliche Alternativen im Kommen

Während Bio- und Ökoprodukte wegen hoher Preise etwas weniger gefragt sind, werden pflanzliche Alternativen für Fleisch- und Milchprodukte beliebter. Diese waren vom Preisauftrieb weniger betroffen als tierische Erzeugnisse. Die Verkäufe pflanzlicher Alternativprodukte erreichten laut Good Food Institute Europe, das sich auf Angaben von Nielsen IQ stützt, in Polen 2022 rund 166,9 Millionen Euro.

Während die mengenmäßige Nachfrage nach tierischer Milch 2022 gegenüber 2020 um 1 Prozent sank, stieg die Nachfrage nach pflanzlichen Milchalternativen um 39 Prozent. Bei veganem Käse ergab sich ein Plus von 19 Prozent. Die Nachfrage nach veganen Jogurts und Desserts verdoppelte sich sogar. Pflanzlicher Milchersatz hatte 2022 bereits einen Marktanteil von 10 Prozent an den gesamten Milchverkäufen. Pflanzenbasierter Fleischersatz erreichte einen Anteil von etwa 15 Prozent am Verkauf verpackter Fleischwaren.

Produzentenumsätze mit Nahrungsmitteln nach Produktgruppe (in Millionen Euro, Veränderung in Prozent) ¹⁾

Produktgruppe	2020 ²⁾	2021 ²⁾	Veränderung 2021/2020 ³⁾
Nahrungsmittel	46.977	51.121	11,8
Fleisch und Fleischprodukte	15.054	15.732	7,4
Molkereiprodukte	7.255	8.148	15,4
Backwaren, Produkte auf Mehlbasis	3.725	3.982	9,8

Verarbeitetes Obst / Gemüse	3.307	3.728	15,8
Fisch, Schalen- und Weichtiere	3.081	3.178	6,0
Kakao, Schokolade, andere Süßwaren	1.687	1.864	13,5
Tierische / pflanzliche Öle und Fette	1.350	1.996	51,9
Getränke (ohne Saft, Milch)	7.465	7.967	3,1

¹⁾ Begriff Nahrungsmittel hier enger und Getränke breiter gefasst als in obiger Tabelle, Zahlen daher nicht vergleichbar;

²⁾ Jahresdurchschnittskurs, 2020: 1 Euro = 4,2976 Złoty, 2021: 1 Euro = 4,5652 Złoty;

³⁾ nominale Veränderung auf Złoty-Basis

Quelle: GUS, Industrieproduktion vom 29.07.2022

Gefragt sind auch Fertiggerichte jeglicher Art. Laut GUS erreichten die Produzentenumsätze damit 2021 rund 639 Millionen Euro nach 538 Millionen Euro 2020. Das ist auf Złoty-Basis nominal ein Plus von 22 Prozent.

Beratungen über Pfandsystem laufen

Ab 2025 müssen in Polen 77 Prozent der Abfälle getrennt eingesammelt werden. Ab 2029 liegt die Quote bei 90 Prozent. Um diese Vorgaben zu erfüllen, ist die Einführung eines Pfandsystems notwendig. Darüber wird derzeit beraten. Ein entsprechender Gesetzesentwurf soll im 2. Quartal 2023 an das Parlament (Sejm) geleitet werden. Er könnte frühestens Anfang 2025 in Kraft treten. Handelsketten wie Carrefour, Żabka oder Lidl beginnen oder testen schon jetzt aus eigener Initiative solche Rücknahmesysteme - etwa mit Flaschenautomaten.

Mitte April 2023 verabschiedete der Sejm bereits ein Gesetz zu Single Use Plastics gemäß einer EU-Richtlinie. Verboten werden darin Einweggegenstände aus Plastik wie Besteck, Becher, Verpackungen für Speisen zum Mitnehmen. Die wichtigsten Bestandteile des Gesetzes treten Mitte des Jahres 2024 in Kraft.

Branchenstruktur Nahrungsmittel

Einige in- und ausländische Konzerne dominieren die Nahrungsmittel- und Getränkebranche in Polen. Hinzu kam 2022 eine staatliche Lebensmittelgruppe, die Markteingriffe ermöglicht.

Die Nahrungsmittelindustrie spielt in Polen eine immer wichtigere Rolle. Das Land ist zum führenden Hersteller von Geflügelfleisch in der EU aufgestiegen. Besonders stark ist Polens Position auch bei gefrorenem Obst und Gemüse, Champignons sowie bei Apfelsaft. Das Land beliefert zunehmend Märkte in Europa und weltweit, wobei der kräftige wertmäßige Exportzuwachs 2022 auch auf den merklichen Preisanstieg zurückzuführen ist.

Bedeutung der Exporte wächst

Die Exporte von Agrarerzeugnissen und Nahrungsmitteln stiegen 2021 laut polnischem Landwirtschaftsministerium um 9,6 Prozent auf 37,6 Milliarden Euro (2020: 34,3 Milliarden Euro). Davon gingen 72,7 Prozent in andere EU-Länder.

Die Landesstelle zur Förderung der Landwirtschaft KOWR schätzt die Ausfuhren 2022 auf 47,6 Milliarden Euro, was einer Steigerung um 26,7 Prozent entsprechen würde. Bei gleichzeitigen Importen von 32,1 Milliarden Euro ergibt sich für Polen 2022 ein Überschuss von 15,5 Milliarden Euro.

Die Ausfuhren in die EU summierten sich 2022 auf vorläufig 35,3 Milliarden Euro (+29,1 Prozent gegenüber 2021). Deren Anteil an den Gesamtausfuhren stieg damit auf 74 Prozent. Hauptabnehmer war mit 11,9 Milliarden Euro Deutschland (+25,4 Prozent), weit vor den Niederlanden mit 3,1 Milliarden Euro (+37 Prozent) und Frankreich mit 2,9 Milliarden Euro (+35 Prozent).

Wertmäßig am stärksten stiegen 2022 die Exporte von Getreide und Produkten daraus auf 6,6 Milliarden Euro (+40 Prozent), von Fleisch und Produkten daraus auf 9,6 Milliarden Euro (+37 Prozent) und von Milchprodukten auf 3,6 Milliarden Euro (+37 Prozent). Die Exportzuwächse wurden trotz einer gestiegenen Nachfrage nach Nahrungsmitteln im Inland erzielt, die durch 2 Millionen bis 3 Millionen geflüchtete Menschen aus der Ukraine im Land zulegte.

Polnischer Export von Agrarerzeugnissen und Nahrungsmitteln (in Milliarden Euro)

Jahr	Wert
2022 *)	47,6
2021	37,6
2020	34,3
2019	31,8

* Schätzung; Quelle: Finanzministerium, KOWR 2023; Landwirtschaftsministerium 2023

Wenige Großunternehmen dominieren den Markt

Der Nahrungsmittelbranche gehören neben den vorherrschenden bekannten Lebensmittelkonzernen weitere große und mittlere Unternehmen sowie zahlreiche Kleinbetriebe an. Die führenden Großunternehmen sind meistens auch bedeutende Exporteure, beispielsweise die polnischen Geflügelverarbeiter Superdrób und Indykpol. Zu den wichtigen ausländischen Unternehmen zählen neben den in der Tabelle aufgeführten Firmen auch Unilever, Bahlsen, Danone, Carlsberg, Nord- und Südzucker, GoodMills Group, Lotte Group sowie große Tabakkonzerne.

Umsatzstärkste Nahrungsmittelunternehmen 2021 in Polen (Umsatz in Millionen Euro)

Name des Unternehmens	Sparte	Umsatz ^{1) 2)}
Animex Foods Sp.z.o.o.	Fleisch und Fleischverarbeitung	2.031
Cedrób S.A.	Geflügelverarbeitung	1.548
Grupo Mlekovita	Molkereiprodukte	1.381
GMW Holding S.A. (Grupa Maspex)	verschiedene Nahrungsmittel	1.281
Grupa Polmlek	Molkereiprodukte	1.249
Imperial Tobacco Polska S.A.	Tabakverarbeitung	1.175
SM Mlekpól	Molkereiprodukte	1.118
Bunge Polska Spz.o.o. (Zakłady Tłuszczowe Kruszwica S.A.)	Pflanzliche Fette	1.047
Grupa Sokołów S.A.	Fleisch und Fleischverarbeitung	983
Kompania Piwowarska S.A.	Bierbrauerei (Asahi Beer)	971
Mars Polska Sp.z.o.o.	Haustierfutter, Süßwaren	900
Nestlé Polska S.A.	Verschiedene Nahrungsmittel	789
Grupa Żywiec (Heineken) S.A.	Brauereigruppe	759
Coca Cola HBC Polska Sp. z o. o.	Nicht-alkoholische Getränke	640
Krajowa Spółka Cukrowa S.A.	Zucker	564

¹⁾ umgerechnet zum Jahresdurchschnittskurs 2021: 1 Euro = 4,5652 Złoty;

²⁾ Einnahmen aus Verkäufen

Quelle: Tageszeitung Rzeczpospolita: Lista 2000 vom 15.12.2022

PepsiCo produziert in Polen Chips mit Kartoffeln aus inländischer Erzeugung und fördert dabei nach eigenen Angaben die regenerative Landwirtschaft. Der Konzern verwendet zunehmend recyceltes Plastik für seine Verpackungen. Im Jahr 2023 eröffnet PepsiCo seine fünfte Fabrik in Polen bei Środa Śląska, in der Snacks hergestellt werden. Sie sei besonders umweltfreundlich und in starkem Maße automatisiert. Der US-Konzern Mars produziert allein in seiner Fabrik in Janaszówek bei Sochaczew 640 Millionen Riegel Snickers jährlich.

Staatlich kontrollierte Nahrungsmittel-Holding gegründet

Um die Strukturen der insgesamt weiterhin stark zersplitterten Branche zu straffen und die Nahrungsmittelversorgung zu sichern, gründete die polnische Regierung eine Landesnahrungsmittelgruppe (Krajowa Grupa Spożywcza; KGS). Zu ihr gehören 15 führende Gesellschaften aus sechs Bereichen, darunter die Landeszuckergesellschaft (Krajowa Spółka Cukrowa S.A.; KSC). Die KGS soll die Agrar- und Nahrungsmittelpolitik der Regierung unterstützen. Starke staatliche Unternehmen sollen sich besser vor Übernahmen durch ausländische Investoren schützen können. Das Ausschalten von Zwischenhändlern soll zu faireren Preisen für Erzeuger und Konsumenten führen. Die KGS wird noch erweitert. Sie will entweder eigene Einzelhandelsstrukturen schaffen oder eine bestehende Supermarktkette übernehmen.

Produktion ausgewählter Nahrungs- und Genussmittel in Polen ^{1) 2)}

Produktgruppe	2021 ¹⁾	2022 ³⁾	Veränderung 2022/21 ⁴⁾
Geflügelfleisch	3.158	2.989	-5,4
Wurstwaren	775	782	0,9
Obst- und Gemüsesäfte (in 1.000 hl)	12.612	11.578	-8,2
Margarine und andere Streichprodukte	308	339	10,1
Milch (in 1.000 hl)	36.721	36.282	-1,2
Butter	241	250	3,7
Käse, reifend	391	353	-9,7
Frischkäse, Quark	509	511	0,4
Weizenmehl	2.405	1.900	-21,0
Zucker	2.151	2.196	2,1
Reiner Wodka (umgerechnet in 100 % Alkohol, in 1.000 hl)	1.080	1.012	-6,3
Bier (in 1.000 hl)	38.832	37.797	-2,7
Zigaretten (in Mrd. Stück)	216	233	8,1

¹⁾ in 1.000 Tonnen, sofern nicht anders angegeben, hl = Hektoliter;

²⁾ einbezogen sind Unternehmen mit mindestens 50 Beschäftigten;

³⁾ Die Angaben für 2022 können noch nach oben korrigiert werden;

⁴⁾ Veränderung in Prozent

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS 2023

Pharma

Die Nachfrage nach Arzneien, Heil-, Pflege- und Nahrungsergänzungsmitteln steigt in Polen weiter an. Der Run auf rezeptfreie Präparate lässt allerdings etwas nach.

Die Umsätze der polnischen Apotheken stiegen im 1. Quartal 2023 laut der Marktforschungsfirma PEX Pharma Sequence auf Złoty-Basis nominal um 11,5 Prozent gegenüber dem 1. Quartal 2022 auf gut 2,7 Milliarden Euro. Der Zuwachs fiel etwas geringer aus als im Gesamtjahr 2022. Während sich die Nachfrage bei rezeptpflichtigen Arzneien im 1. Quartal 2023 belebte (erstattungsfähig: +7,8 Prozent, Selbstzahler: +18,7 Prozent), flachte diejenige nach rezeptfreien Präparaten (over the counter; OTC) deutlich ab (+9,7 Prozent).

Verkäufe der Apotheken in Polen (in Millionen Euro; Veränderung in Prozent)

	2021	2022 ²⁾	Veränderung 2022/2021 *)
Insgesamt, darunter	8.888	9.828	13,5
Erstattungsfähige, rezeptpflichtige Arzneien	2.800	2.881	5,5
Rezeptpflichtige Arzneien für Selbstzahler	2.225	2.517	16,2
Rezeptfreie Präparate (OTC)	3.790	4.341	17,6

* nominale Veränderung auf Złoty-Basis;

²⁾ PrognoseQuelle: PEX Pharma Sequence 2023

Steigende Preise treiben Umsätze in die Höhe

Die Anzahl der Apotheken ist in Polen seit Jahren rückläufig. Im März 2023 gab es landesweit noch 12.806 (März 2022: 13.051). Ihre Umsätze erhöhten sich 2022 aufgrund von Preissteigerungen besonders kräftig. Laut dem Marktforschungsunternehmen PEX Pharma Sequence stiegen die Preise pro Packung im Jahr 2022 durchschnittlich um 6,2 Prozent.

Am wenigsten von der Inflation betroffen waren erstattungsfähige Medikamente (+3 Prozent), während sich rezeptpflichtige Präparate für Selbstzahler um 8,1 Prozent und OTC-Produkte um 8,5 Prozent gegenüber 2021 verteuerten. Zu der Umsatzsteigerung trugen auch die vielen Flüchtlinge aus der Ukraine bei, die Heilmittel für den Eigenbedarf und als Unterstützung für ihre Landsleute in der Heimat beschafften.

Rezeptfreie OTC-Präparate bilden die größte Produktgruppe im Sortiment der Apotheken. Sie werden in starkem Maße im Inland hergestellt. Dazu gehören auch zahlreiche Nahrungsergänzungsmittel. Dieses Marktsegment entwickelte sich 2022 besonders dynamisch und erhielt während der Coronapandemie einen zusätzlichen Auftrieb. Die Konsumenten erhofften sich davon bessere Abwehrkräfte gegen das Virus.

Eldorado bei Nahrungsergänzungsmitteln erhält Dämpfer

Für 2023 erwarten Experten, dass sich die Nachfrage nach Nahrungsergänzungsmitteln abflacht. Preissteigerungen und eine sich abschwächende Konjunktur wirken sich negativ aus. Hinzu kommen Pläne für Werbebeschränkungen.

Die Marktforschungsfirma PMR schätzt die Verkäufe von Nahrungsergänzungsmitteln 2022 auf vorläufig gut 1,6 Milliarden Euro. Das waren auf Złoty-Basis nominal knapp 14 Prozent mehr als 2021. Zu dem Zuwachs trugen in starkem Maße die höheren Preise bei. PMR sieht aber auch ein reales Wachstum.

Laut einer Mitte 2022 von der Auskunftei Dun & Bradstreet veröffentlichten Untersuchung gab es in Polen 28.200 Produzenten sowie Einzel- und Großhändler mit Nahrungsergänzungsmitteln. Davon meldeten etwa zwei Drittel eine gute und ein Drittel eine sehr gute Finanzlage. Die Goldgräberstimmung führte dazu, dass 2022 rund 25.300 neue Mittel (offiziell) auf den Markt gebracht wurden, etwa 3.700 mehr als 2021. Das berichtet das Hauptsanitäraufsichtsamt (Główny Inspektorat Sanitarny; GIS), das diese registriert.

Auf die Konsumenten prasselt eine Flut von Werbespots für Nahrungsergänzungsmittel ein. Darin sehen das GIS und das Gesundheitsministerium eine Ursache für den hohen Verbrauch. Um Verbraucher besser vor falschen Erwartungen zu schützen, wollen beide Behörden das Gesetz über die Sicherheit von Nahrungsmitteln und Ernährung novellieren.

Im Zentrum steht dabei das Untersagen von Werbung, die in die Irre führen könnte, indem die Mittel etwa von vermeintlichen Fachleuten empfohlen werden. Bei Präparaten für Kinder gilt das bereits. Der Vorsitzende des Landesrates für Ergänzungsmittel und Nährstoffe (Krajowa Rada Suplementów i Odżywek; KRSiO), Bartosz Demianiuk, wiederum verweist auf einen freiwilligen Kodex für gute Praxis seiner Branche von 2017. Außerdem kritisiert er, dass die Grauzone der Mittel, die ohne Registrierung angeboten werden, nicht bekämpft werde.

Produktion von erstattungsfähigen Arzneien zunehmend unrentabel

Polens gesetzliche Einheitskrankenkasse, der Nationale Gesundheitsfonds (Narodowy Fundusz Zdrowoty; NFZ), erstattete Patienten 2022 mit 2.174 Millionen Euro rund 22 Prozent ihrer Ausgaben in Apotheken (auf Złoty-Basis +6,1 Prozent gegenüber 2021: 2.104 Millionen Euro). Die staatlich festgesetzten Preise für solche erstattungsfähigen, rezeptpflichtigen Arzneimittel sanken laut dem Institut Innowo von 2019 bis 2022 um etwa 2 Prozent. Gleichzeitig stiegen die Produktionskosten der Pharmaunternehmen um etwa 28 Prozent. Für diese lohnt sich daher in erster Linie die Herstellung von Medikamenten für Selbstzahler. Im Jahr 2023 plant der NFZ Erstattungen von nur noch 1.591 Millionen Euro.

Investitionen steigen dennoch

Trotz der gedämpften Marktentwicklung im Inland erreichten die Investitionen der Pharmabranche im Jahr 2022 laut GUS rund 207,7 Millionen Euro (auf Złoty-Basis nominal +29,3 Prozent gegenüber 2021: 164,9 Millionen Euro). Viele Firmen in Polen produzieren auch für den Export.

Zu den bedeutenderen Investitionsprojekten zählt das von Polfa Tarchomin S.A. in Warschau. Das Unternehmen will 2023 eine Fabrik für onkologische Präparate und Medikamente zur Immunsuppression sowie Antipilzmittel eröffnen. Es investiert dafür rund 87 Millionen Euro, wovon rund 22 Millionen Euro für die Beschaffung von Maschinen zur Produktion der Medikamente vorgesehen sind. Der Hauptauftragnehmer, die Baufirma Budimex, wird von Ingenieuren von Bilfinger Tebodin beraten.

Die Produzentenumsätze mit pharmazeutischen Produkten im weiteren Sinne stiegen 2022 auf Złoty-Basis laut GUS real um 14,8 Prozent auf 3.351 Millionen Euro (2021: 2.921 Millionen Euro).

Umsätze polnischer Pharmaproduzenten (in Millionen Euro; Veränderung in Prozent)

Pharmazeutischer Bedarf	2020	2021	Veränderung 2021/2020 *)
Grundsubstanzen	110	128	19,4
Arzneien, übrige Produkte	2.460	2.515	5,1
Insgesamt	2.570	2.643	5,7

* nominale Veränderung auf Złoty-Basis;

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS, Industrieproduktion 2022

Kosmetika

Die Nachfrage nach Kosmetika und Haushaltschemie steigt in Polen. Konsumenten werden indes immer preisbewusster. Davon profitieren Discounter und Drogerieketten.

Die Verkäufe von Kosmetika und Pflegeprodukten könnten in Polen 2023 laut der Marktforschungsfirma PMR auf Złoty-Basis nominal um 6,2 Prozent auf rund 6,8 Milliarden Euro steigen. Der Wegfall von Coronabeschränkungen und Maskenpflicht gibt der Inlandsnachfrage seit 2022 Auftrieb, insbesondere bei dekorativer Kosmetik. Die schätzungsweise 0,9 Millionen Frauen und 0,9 Millionen Kinder aus der Ukraine, die sich in Polen als Flüchtlinge aufhalten, vergrößern die Anzahl der Konsumenten. Die Produkte werden immer teurer, deshalb kaufen Verbraucher zunehmend günstigere Produkte und greifen vermehrt zu Eigenmarken von Drogerien und Supermärkten.

Bedeutende Inlandsproduktion von Schönheitsmitteln und Haushaltschemie

Neben einigen großen Unternehmen gibt es in Polens Kosmetikbranche zahlreiche kleine Betriebe. Laut der Sparkassenorganisation PKO Bank Polski (PKO BP) produzieren im Land rund 1.200 Firmen Körperpflegemittel und Kosmetika. Zu den großen ausländischen Herstellern zählt der französische Konzern L'Oréal. Mit L'Oreal ist Polen ein wichtiger Hersteller von Haarpflegeprodukten in Europa. Unilever produziert in Bydgoszcz (Bromberg) Kosmetika, Körperpflegemittel und Haushaltschemie.

Die Produktion von Wasch-, Reinigungs- und Geschirrspülmitteln sowie Seifen ist ebenfalls umfangreich. Ein bedeutender Hersteller in dieser Sparte ist Henkel Polska mit einer Fabrik für Waschmittel in Racibórz (Ratibor). Der geschäftsführende Direktor des Bereichs Henkel Consumer Brands, Kiril Marinov, spürt bei den Konsumenten eine gewisse Neigung zum Sparen. Dies führe dazu, dass verstärkt kleinere Packungen von Wasch- und Reinigungsmitteln gekauft würden. Die Verpackungen von Henkel Polska hätten einen vergleichsweise hohen Anteil an recyceltem Plastik, wie Marinov gegenüber der Tageszeitung Rzeczpospolita sagte.

Die Herstellung von Seifen (organische, oberflächenwirksame Produkte und als Seife verwendete Mittel) stieg 2022 nach Angaben des polnischen Statistikamtes GUS um 8,8 Prozent auf 300.501 Tonnen (2021: 276.212 Tonnen). Das Wachstum hielt auch im 1. Quartal 2023 an.

Im Bereich der Kosmetik haben inländische Hersteller vor allem bei weißen Präparaten wie Cremes eine starke Stellung. Deutsches Kapital ist mit Beiersdorf Manufacturing Poznań (Nivea) in Posen vertreten.

Produktion von Kosmetika, Körperpflege-, Putz- und Waschmitteln in Polen in Tonnen ^{1) 2)}

Produktgruppe	2020	2021	Veränderung 2021/2020 ³⁾
Haarpflegeprodukte	174.507	152.470	-12,6
Zahnputzmittel	135.959	136.075	0,1
Parfüms, Eau de Toilette (in 1.000 Litern)	8.979	8.284	-7,7
Wasch- und Putzmittel, auch Seife enthaltend, für Einzelhandel verpackt	931.642	923.120	-0,9

¹⁾ sofern nicht anders angegeben;

²⁾ berücksichtigt sind Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten;

³⁾ Veränderung in Prozent

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS 2023

Umsätze mit Kosmetika und Haushaltschemie in Polen (in Millionen Euro) ¹⁾

Produktgruppe	2020	2021	Veränderung 2021/2020 ³⁾
Wasch- und Putzmittel, Seifen	1.445	1.408	0,1
Kosmetika, Körperpflegemittel	1.696	1.707	3,4
Wasch-, Putz-, Körperpflegemittel, Seifen, Kosmetika insgesamt	3.140	3.115	1,9
Wasch- und Putzmittel, auch Seife enthaltend, für Einzelhandel verpackt	931.642	923.120	-0,9

¹⁾ berücksichtigt sind Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten;

²⁾ umgerechnet zum jeweiligen Jahresdurchschnittskurs, 2020: 1 Euro=4,4430 Złoty, 2021: 1 Euro=4,5652 Złoty;

³⁾ nominale Veränderung auf Złoty-Basis in Prozent

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS 2023

Umsätze mit Kosmetika und Haushaltschemie in Polen (in Millionen Euro) ¹⁾

Produktgruppe	2020	2021	Veränderung 2021/2020 ³⁾
Wasch- und Putzmittel, Seifen	1.445	1.408	0,1
Kosmetika, Körperpflegemittel	1.696	1.707	3,4
Wasch-, Putz-, Körperpflegemittel, Seifen, Kosmetika insgesamt	3.140	3.115	1,9
Wasch- und Putzmittel, auch Seife enthaltend, für Einzelhandel verpackt	931.642	923.120	-0,9

¹⁾ berücksichtigt sind Unternehmen mit mindestens zehn Beschäftigten;

²⁾ umgerechnet zum jeweiligen Jahresdurchschnittskurs, 2020: 1 Euro=4,4430 Złoty, 2021: 1 Euro=4,5652 Złoty;

³⁾ nominale Veränderung auf Złoty-Basis in Prozent

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS 2023

Discounter und Drogerien gewinnen als Absatzkanal an Bedeutung

Die Verkäufe von Körperpflegemitteln und Kosmetika erhöhten sich laut der Marktforschungsfirma Nielsen IQ von Januar bis November 2022 wertmäßig um 14,3 Prozent auf 3 Milliarden Euro.

Mengenmäßig (nach Gewicht) stiegen sie im Berichtszeitraum um 7,3 Prozent. Nielsen untersucht vorwiegend große Handelsunternehmen.

Als Absatzkanäle konnten dabei besonders Discounter (wertmäßig +14,2 Prozent, mengenmäßig +10,5 Prozent) und Drogerien (wertmäßig +17,3 Prozent, mengenmäßig 10,3 Prozent) kräftig zulegen. Hyper- und Supermärkte sowie große und kleine Lebensmittelgeschäfte verzeichneten dagegen mengenmäßige Rückgänge ihrer Verkäufe von Körperpflegemitteln und Kosmetika.

Unter den Drogerieketten führend ist Rossmann mit 1.663 Filialen in Polen Ende 2022. Im Jahr 2023 sollen über 100 hinzukommen. Rossmann erwirtschaftete 2022 in Polen einen Nettoumsatz von rund 2,4 Milliarden Euro (auf Złoty-Basis nominal +18,7 Prozent gegenüber 2021). Der deutsche Konkurrent DM eröffnete 2022 seine ersten neun Märkte in Polen. Weitere folgen im Jahresverlauf 2023. Bedeutend ist auch die zum portugiesischen Konzern Jeronimo Martins gehörende Drogeriekette Hebe mit 315 Filialen Ende 2022.

Absatz von Körperpflegemitteln und Kosmetika in Polen (in Millionen Tonnen)

Jahr *	Absatz
2020	853,5
2021	865,8
2022	929,4

* jeweils Januar bis November

Quelle: Nielsen IQ 2023

Absatz von Körperpflegemitteln und Kosmetika in Polen (in Millionen Stück)

Jahr *	Absatz
2020	1.179
2021	1.153
2022	1.198

* jeweils Januar bis November

Quelle: Nielsen IQ 2023

Da nach dem Wegfall der Coronabeschränkungen dekorative Kosmetik wieder stärker gefragt war, wuchsen 2022 laut PKO Verkäufe von Kosmetika in Polen nach Produktgruppen (in Milliarden Euro) auch die Verkäufe von Körperpflegemitteln und Kosmetika insgesamt. Die Pro-Kopf-Ausgaben dafür erreichten gut 105 Euro.

Verkäufe von Kosmetika in Polen nach Produktgruppen (in Milliarden Euro)

Produktgruppe	2020	2021	2022 *)
Persönliche und Körperpflege	2,0	2,0	2,0
Hautpflege	0,9	1,0	1,0
Dekorative Kosmetik	0,4	0,4	0,5
Parfüms, Eau de Toilette	0,5	0,5	0,5
Insgesamt	3,9	3,9	4,0

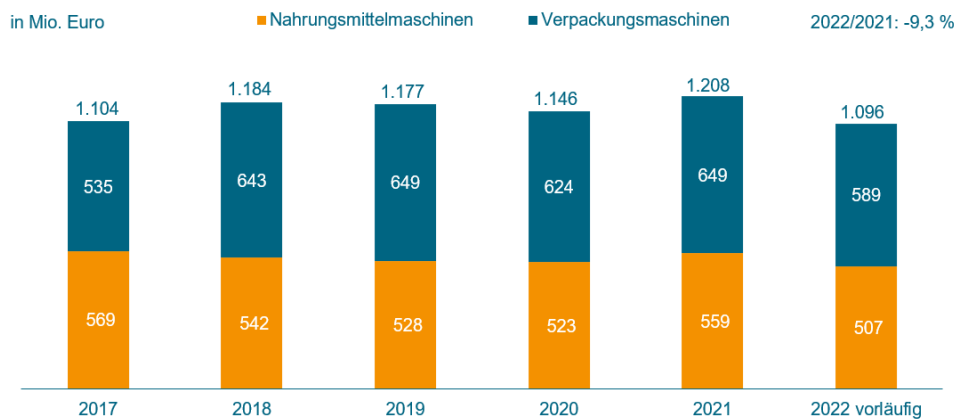
* Schätzung

Quelle: PKO Bank Polski gemäß Statista 2023

Polen ist auch ein bedeutender Exporteur von Körperpflegemitteln und Kosmetika. Dem Land gelang es laut PKO BP schnell, die durch den Krieg in der Ukraine verursachten Einbrüche auf den östlichen Nachbarmärkten auszugleichen und seine Exporte auf entferntere Märkte, etwa in Nahost, Hongkong und Brasilien zu lenken. Auch europäische Länder kaufen mehr polnische Produkte.

Verfasserin des o.g. Berichts: Beatrice Repetzki, Berlin

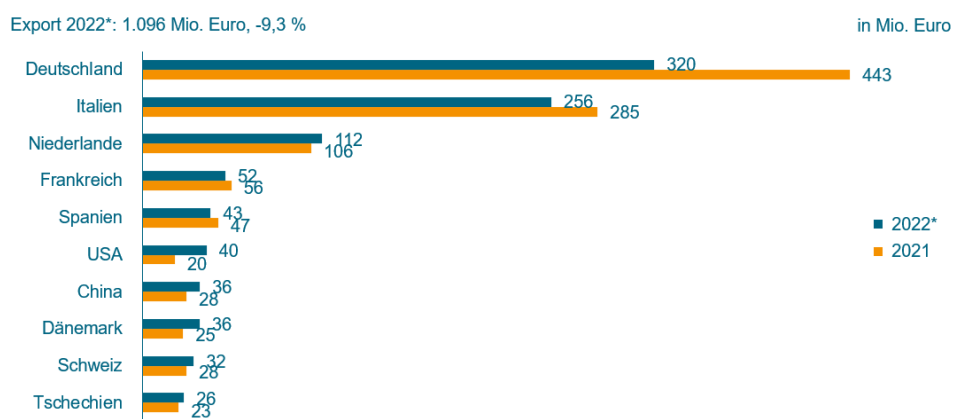
Globale Exporte Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Polen



Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA

VDMA | Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Globale Exporte Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Polen – TOP 10 Lieferländer

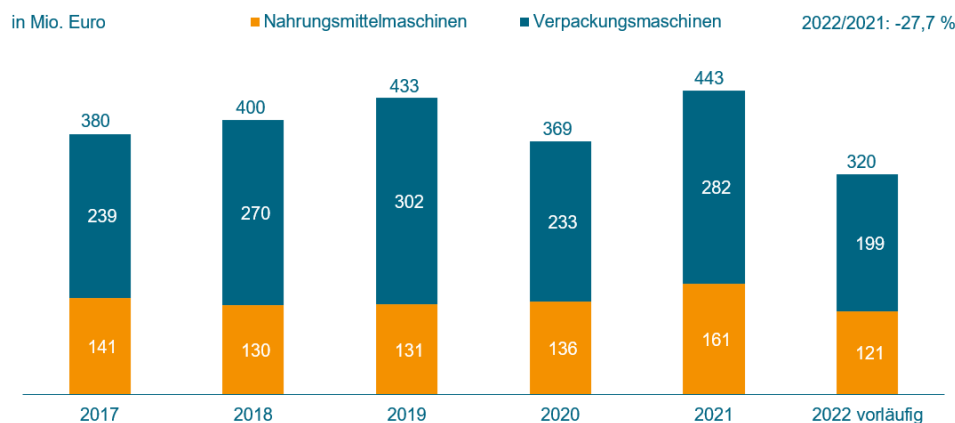


* vorläufig

Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA

VDMA | Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

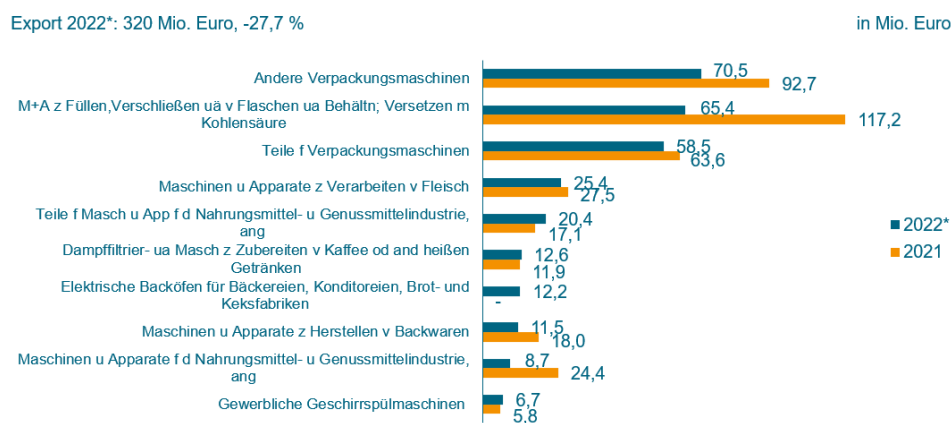
Deutsche Exporte Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Polen



Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA

VDMA | Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Deutsche Exporte Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Polen



* vorläufig

Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA

VDMA | Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen