

# FAKT: ist

---

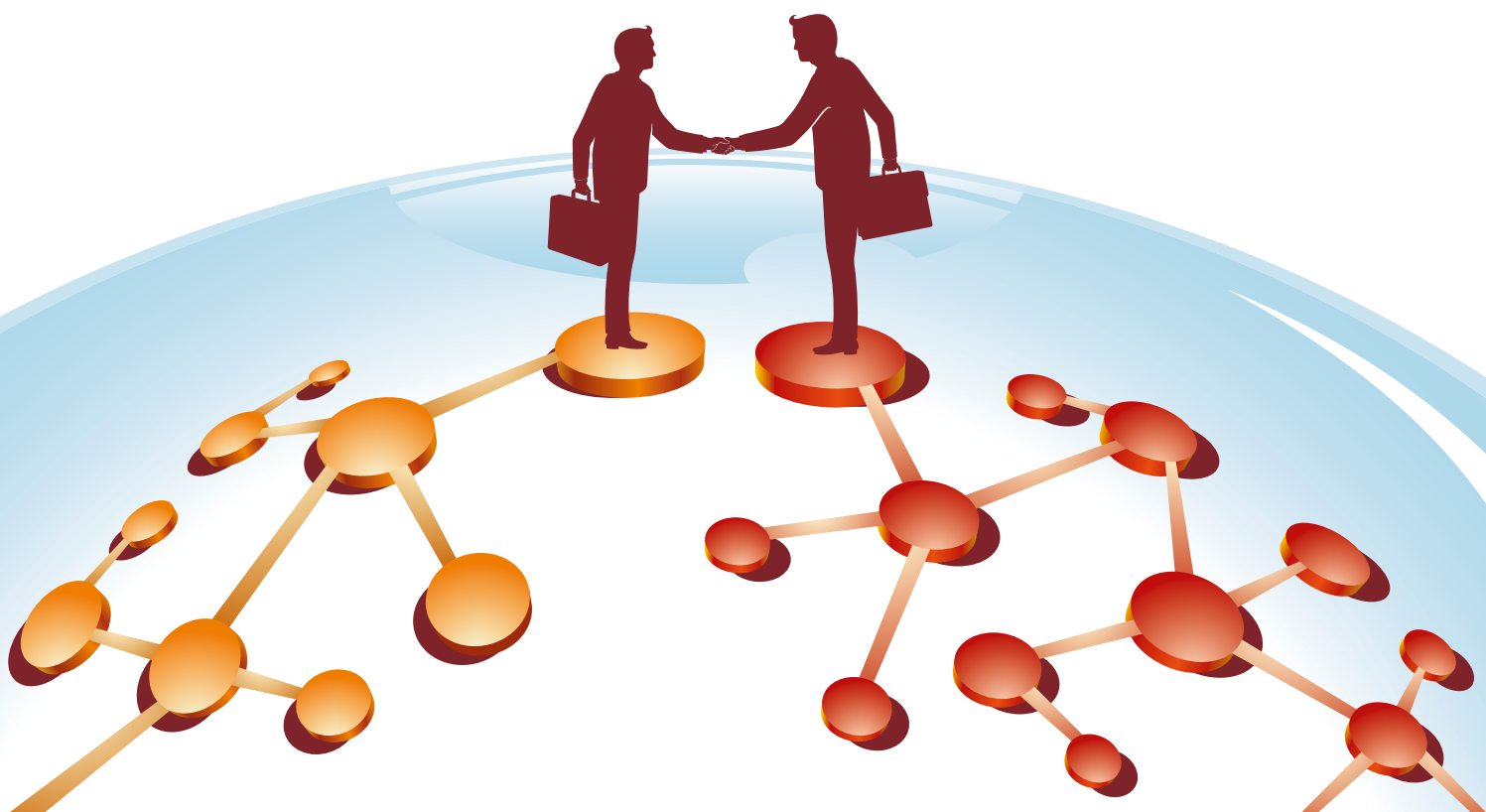
# 6

## Lebensmittelexport



# FAKT: ist

Mit der Reihe FAKT: ist informiert die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie über Themen rund um Lebensmittel, die die Branche, Politik, Zivilgesellschaft und Öffentlichkeit bewegen. Der Lebensmittelexport ist gerade für die vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen der Ernährungsindustrie eine wichtige Strategie, um ihre Existenz in einem zunehmend komplexer werdenden Handelsumfeld zu sichern. Zudem gewährleistet er Beschäftigung und Wohlstand im Land. Umso bedeutender ist es deshalb vonseiten der Politik, für branchengerechte Rahmenbedingungen zu sorgen und den Unternehmen die Erschließung kaufkräftiger Märkte zu erleichtern. Die sechste Ausgabe der Reihe erläutert Regeln, Chancen und Herausforderungen des Lebensmittelexports und beleuchtet verschiedene Möglichkeiten der Exportförderung. Zudem klärt sie darüber auf, warum Mythen – wie beispielsweise der von wettbewerbsverzerrenden Exportsubventionen – längst überholt sind.



---

# 1 Was versteht man unter „internationalem Handel“?

Überschreiten Teile des Warenumsatzes als Einfuhr oder Ausfuhr die Landesgrenzen, dann spricht man von Außenhandel im Gegensatz zum Binnenhandel oder auch von internationalem Handel. Darin impliziert ist, dass Teile der Arbeitsleistung zur Herstellung eines Gutes in einem anderen Land erbracht werden, es existiert also eine Arbeitsteilung zwischen mehreren Ländern. Durch die Teilnahme am internationalen Handel können sich Länder mit Waren versorgen, die sie selbst nicht besitzen oder ohne erheblich höhere Kosten herstellen können. Internationaler Handel kann direkt zwischen Unternehmen oder indirekt über Zwischenhändler erfolgen. Zwischenhändler sind auf eine Absatzregion spezialisiert und können ein breites Sortiment an Produkten verschiedener Hersteller anbieten. Übrigens: Wächst der Welthandel stärker als das Weltbruttoinlandsprodukt, so spricht man statistisch betrachtet von Globalisierung.



**Der internationale Handel bietet die Möglichkeit, sich mit Waren zu versorgen, die man selbst nicht besitzt oder teuer herstellen müsste.**

Der Außenwirtschaftsverkehr in der Bundesrepublik Deutschland ist grundsätzlich frei, sofern er nicht ausdrücklichen Einschränkungen unterworfen ist. Beschränkungen können sich aus dem Außenwirtschaftsgesetz (AWG), das die wirtschaftlichen Beziehungen Deutschlands zum Ausland regelt, oder aus weiteren Gesetzen und Rechtsvorschriften Deutschlands, der EU oder anderen Handelspartnern ergeben.

## 2 Warum werden Lebensmittel exportiert?

Der grenzübergreifende Handel mit und der Austausch von Lebensmitteln sind so alt wie die Menschheit selbst. Schon in der Stein- und Bronzezeit betrieben die Menschen nachweislich Tauschhandel, um Produkte zu erwerben, die es in ihrer eigenen Siedlung nicht gab. So tauschte man beispielsweise Getreide gegen Fleisch. Im Mittelalter brachte die Seidenstraße begehrte Gewürze nach Europa. Mit Fortschritt der Zivilisation wurde der Handel schließlich systematisiert und immer weiter ausgedehnt. Auch heute basiert der Handel immer noch auf dem gleichen Grundgedanken: In einem Land wird etwas nachgefragt, das dort nicht nachhaltig und wettbewerbsfähig produziert wird. Die Gründe hierfür sind vielfältig, sie reichen von fruchtbareren Böden und günstigeren Klimaverhältnissen bis hin zu anderen Konsumpräferenzen – während Hühnerfüße in Asien beispielsweise eine Delikatesse sind, werden sie in Europa verschmäht. Kulturhistorisch betrachtet fördert der weltweite Agrarhandel zudem das kulturelle Verständnis und den Völkeraustausch.

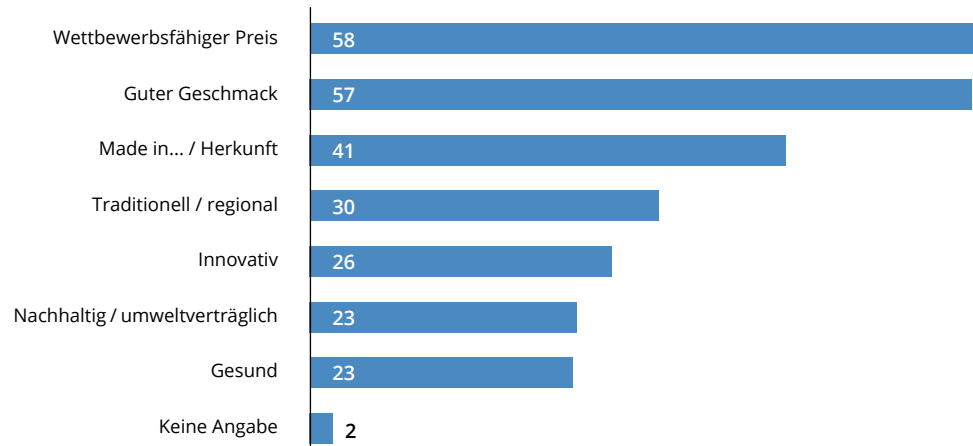
Auch heute werden verfügbare und nachgefragte Produkte der Landwirtschaft und Ernährungsindustrie auf internationale Märkte exportiert. Den gegenwärtigen Konsumgewohnheiten der deutschen Verbraucher kann ohne den Außenhandel häufig nicht mehr entsprochen werden. Der Pfeffer zum Steak, der Kaffee zum Frühstück oder die Schokolade zum Nachtisch, viele beliebte Speisen kommen ohne Lebensmittelimporte – sprich die Lebensmittelexporte anderer Länder – nicht aus. Dieses Prinzip gilt jedoch auch in anderen kaufkräftigen Ländern der Welt. Süßwaren, Fleisch, Brot, Milchprodukte, Bier und viele andere deutsche Spezialitäten sind im Ausland beliebt. Vor allem ihre hohe Qualität und Sicherheit, aber auch die Zuverlässigkeit und der wettbewerbsfähige Preis machen Lebensmittel „Made in Germany“ zu einem Exportschlager.



## Die gefragtesten Produktmerkmale in EU-Ländern

Was sind die gefragtesten Produktmerkmale für Lebensmittel in EU-Ländern?

Angaben in Prozent, n = 397



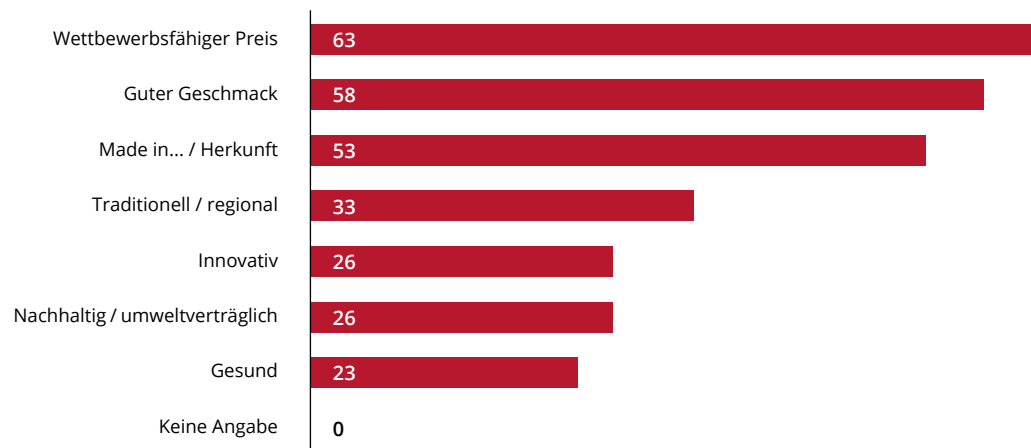
Quelle: BVE-PwC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie

Stand: Juni 2016

## Die gefragtesten Produktmerkmale in Nicht-EU-Ländern

Was sind die gefragtesten Produktmerkmale für Lebensmittel in Nicht-EU-Ländern?

Angaben in Prozent, n = 325



Quelle: BVE-PwC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie

Stand: Juni 2016

Diese weltweit beliebten Produkteigenschaften sind das Resultat einer wettbewerbsfähigen Lebensmittelproduktion in Deutschland. Die deutsche Ernährungsindustrie profitiert vor allem von einer ertragreichen und rentablen regionalen Agrarproduktion. Viele wichtige Rohstoffe für die Lebensmittelproduktion haben deutsche Hersteller quasi „vor der Tür“, andere können sie durch gute Infrastruktur und nachhaltige Lieferbeziehungen einkaufen. Die Lebensmittelproduktion in Deutschland ist aber nicht allein von der Natur, sondern auch durch höchste Technologie und qualifizierte Arbeitskräfte begünstigt und damit international wettbewerbsfähig.

**Deutschland ist der drittgrößte Exporteur und Importeur von Lebensmitteln weltweit.**



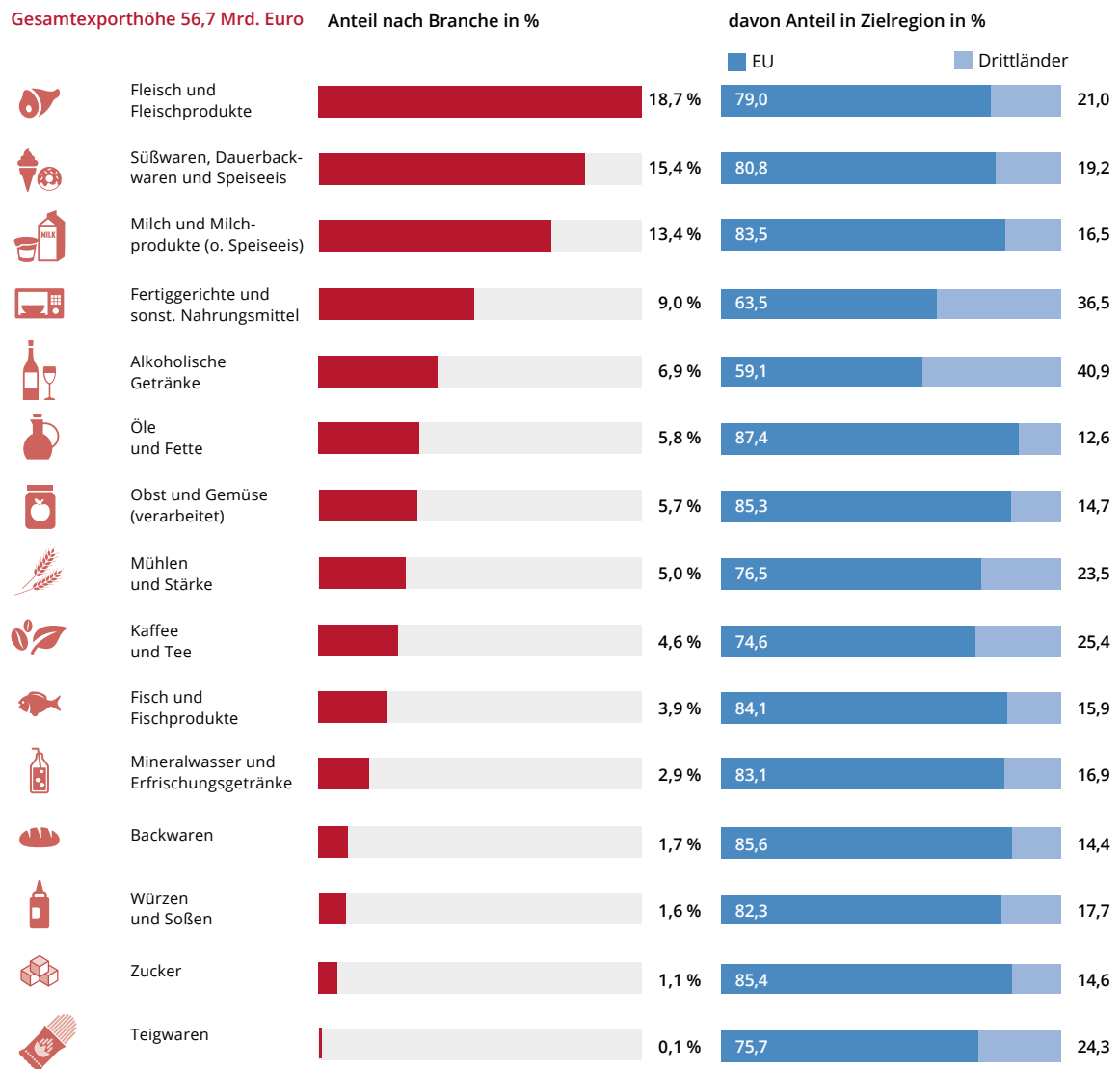
Die Teilnahme am internationalen Handel und Wettbewerb hat sich positiv auf die Lebensmittelproduktion in Deutschland ausgewirkt. Im Jahr 2016 erwirtschafteten 580.000 Beschäftigte in rund 5.900 Betrieben einen Rekordausfuhrwert von knapp 57 Milliarden Euro, gleichzeitig wurden Agrargüter im Wert von 81 Milliarden Euro importiert. Deutschland ist damit heute der drittgrößte Exporteur und Importeur von Lebensmitteln und Agrarerzeugnissen am Weltmarkt, wobei Deutschland vor allem landwirtschaftliche Erzeugnisse importiert und verarbeitete Lebensmittel exportiert. Jeden dritten Euro verdient die deutsche Ernährungsindustrie mittlerweile im Ausland. Das Exportgeschäft schafft – gerade vor dem Hintergrund einer stagnierenden Mengennachfrage im Inland – wichtige Wachstumschancen für die Branche. Damit sichert der Lebensmittelexport auch in Deutschland zahlreiche Arbeitsplätze, die Existenz vieler mittelständischer Betriebe sowie günstige Verbraucherpreise.



### 3 Was exportiert die deutsche Ernährungsindustrie und wohin?

Im Jahr 2016 exportierte die deutsche Ernährungsindustrie Lebensmittel im Wert von 56,7 Milliarden Euro, im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem Zuwachs von 3,6 Prozent. Die exportstärksten Branchen der Ernährungsindustrie sind die Fleisch- und die Fleisch verarbeitende Industrie, die Milch- sowie die Süßwarenindustrie. Der Exportanteil der drei Branchen liegt insgesamt bei fast 50 Prozent. Daneben gewinnen alkoholische Getränke und Fertiggerichte im deutschen Exportgeschäft zunehmend an Bedeutung.

#### Branchenanteile am Export und nach Zielregion 2016



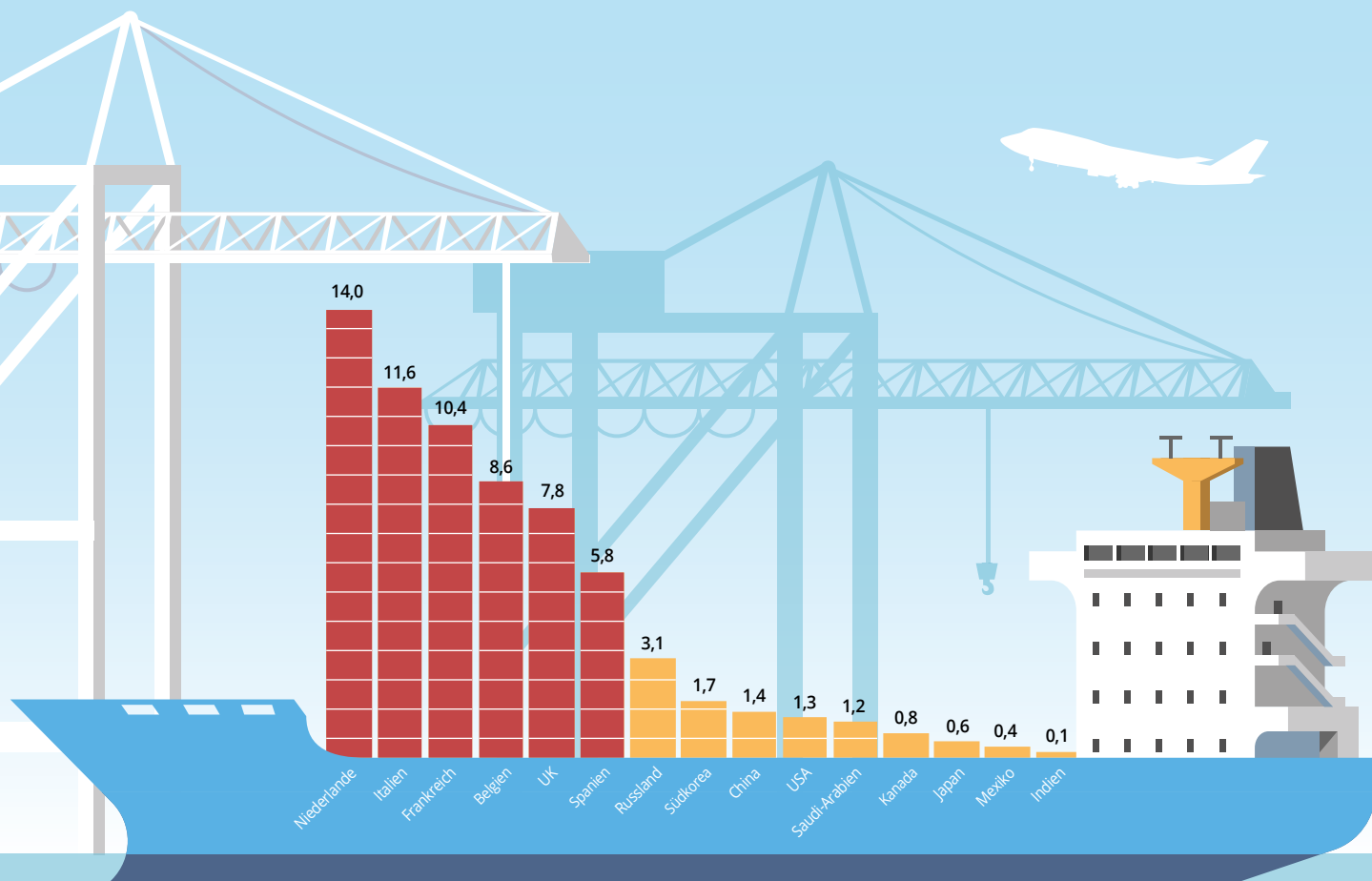
Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE; (vorläufige Jahresergebnisse)

Der Hauptteil (78 Prozent) der deutschen Lebensmittelexporte wird in der EU abgesetzt. Die Vorteile des Binnenmarktes, kurze Transportwege und ähnliche Konsumpräferenzen erleichtern der deutschen Ernährungsindustrie hier das Exportgeschäft. Die wichtigsten Handelspartner in der EU sind die Niederlande, Frankreich, Italien, Großbritannien und Österreich. Ähnlich wie der deutsche Markt gilt auch der EU-Binnenmarkt als nahezu gesättigt, Exportzuwächse sind aus diesem Grund nur eingeschränkt möglich.

Abseits des EU-Binnenmarktes zählen vor allem China, die USA, die Schweiz und Russland zu den wichtigsten Absatzmärkten Deutschlands. Das Exportgeschäft außerhalb der EU entwickelt sich sehr dynamisch, da Märkte für Produkte aus Deutschland hier häufig komplett neu erschlossen werden, aber auch die Nachfrage stark wächst. 2016 wurden Lebensmittel im Wert von 12,3 Milliarden Euro außerhalb des Binnenmarktes abgesetzt. Damit konnte das Drittlandexportgeschäft im Vorjahresvergleich um 6,9 Prozent ausgebaut werden.

### Anteil deutscher Lebensmittelexporte an den Lebensmittelimporten der 15 größten Lebensmittelimporteure weltweit 2015

Angaben in Prozent





## Ausfuhr der deutschen Ernährungsindustrie 2016

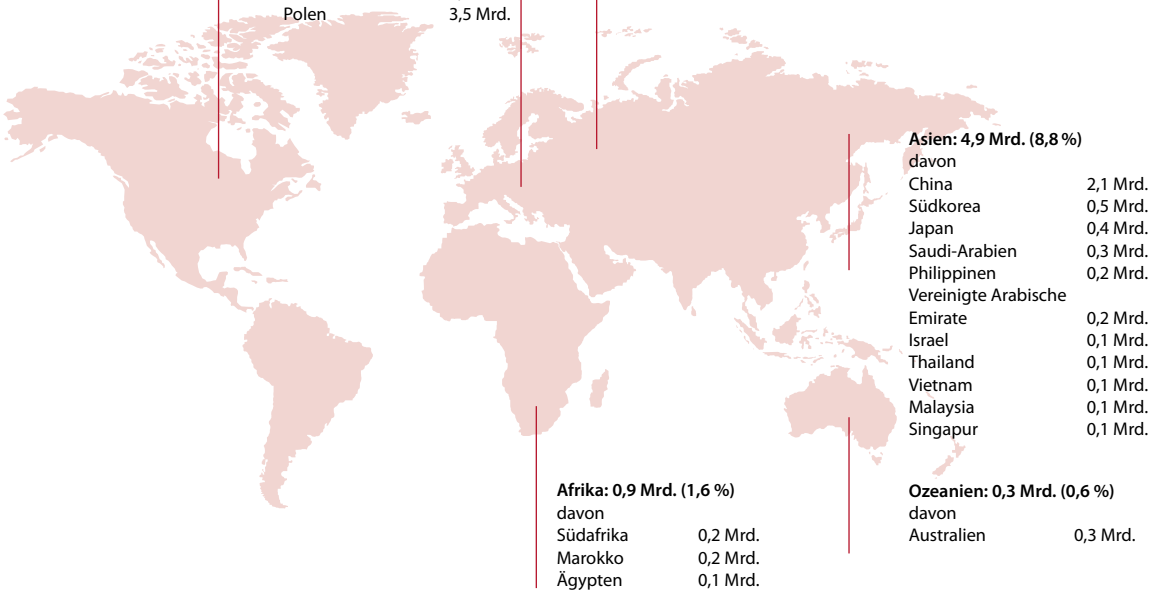
**EXPORT**

in Euro, vorläufig, Anteil an Gesamtausfuhr in Klammern

**Amerika: 2,3 Mrd. (4,2%)**  
davon  
USA 1,6 Mrd.  
Kanada 0,3 Mrd.  
Brasilien 0,1 Mrd.

**EU: 44,0 Mrd. (78,3%)**  
davon  
Niederlande 7,4 Mrd.  
Frankreich 5,1 Mrd.  
Italien 4,7 Mrd.  
UK 4,2 Mrd.  
Österreich 3,9 Mrd.  
Polen 3,5 Mrd.

**Rest-Europa: 3,5 Mrd. (6,2%)**  
davon  
Schweiz 1,5 Mrd.  
Russland 0,7 Mrd.  
Norwegen 0,5 Mrd.  
Türkei 0,3 Mrd.  
Ukraine 0,2 Mrd.



## Einfuhr der deutschen Ernährungsindustrie 2016

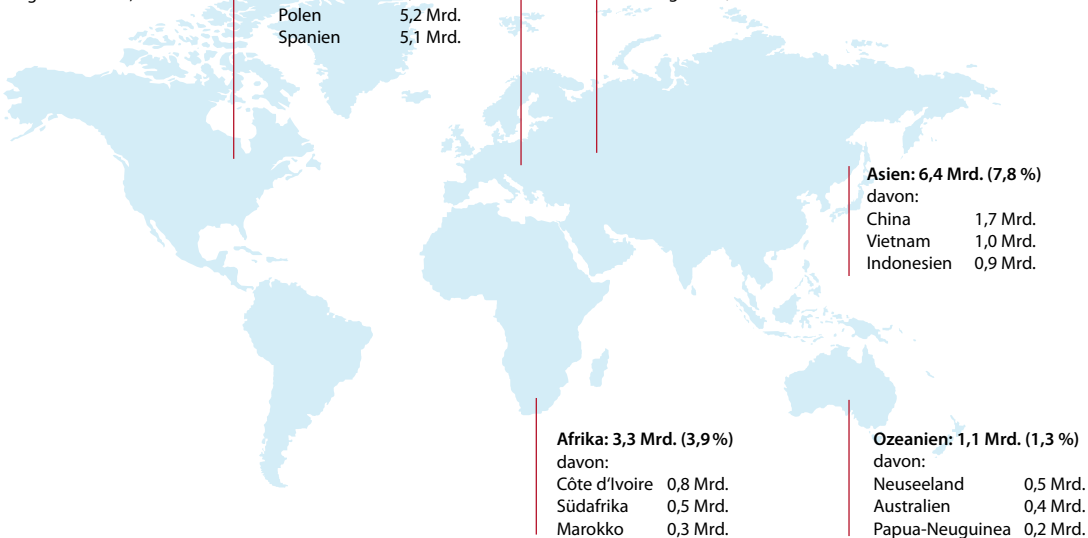
**IMPORT**

in Euro, vorläufig, Anteil an Gesamtausfuhr in Klammern

**Amerika: 10,4 Mrd. (12,6%)**  
davon:  
Brasilien 3,0 Mrd.  
USA 2,6 Mrd.  
Argentinien 0,8 Mrd.

**EU: 56,6 Mrd. (68,5%)**  
davon:  
Niederlande: 15,3 Mrd.  
Italien 6,4 Mrd.  
Frankreich 6,2 Mrd.  
Polen 5,2 Mrd.  
Spanien 5,1 Mrd.

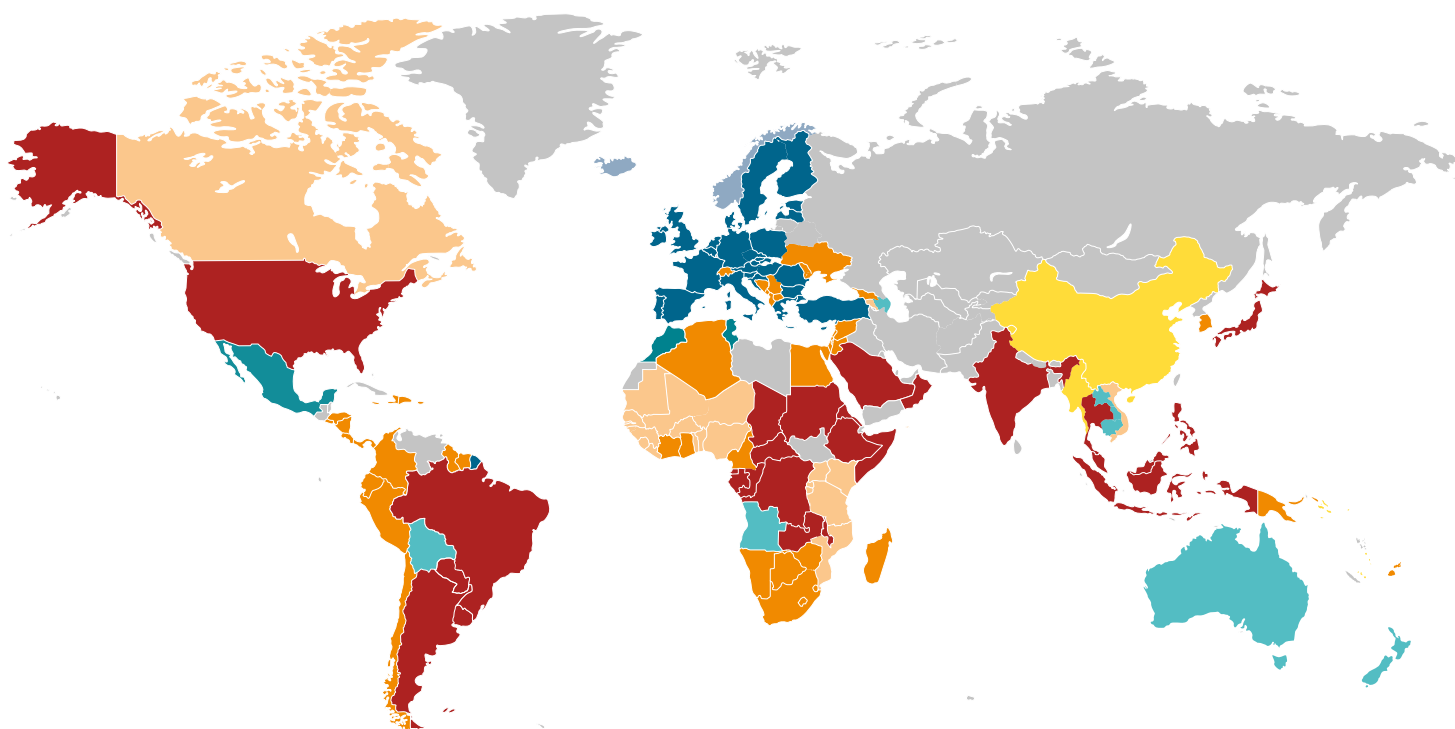
**Rest-Europa: 4,9 Mrd. (5,9%)**  
davon:  
Türkei 1,5 Mrd.  
Schweiz 1,5 Mrd.  
Norwegen 0,7 Mrd.



## 4 Wer setzt die Regeln für den Export?

Für den Export ihrer Produkte benötigen nicht nur Unternehmen transparente Regeln, auch Verbraucher müssen sich auf Sicherheit und Qualität von Produkten – unabhängig von deren Herkunft – verlassen können. Darüber hinaus sollen Regeln ungerechtfertigte Hürden im internationalen Handel abbauen, damit eine gleichberechtigte Teilnahme aller Länder am Welthandel möglich wird. Als internationales Gremium wurde zu diesem Zwecke 1994 die Welthandelsorganisation (World Trade Organization – WTO) mit Sitz in Genf gegründet. Ziel der WTO ist es, tarifäre Handelsbarrieren (bspw. Zölle), nicht-tarifäre Handelsbeschränkungen (bspw. Mengenbeschränkungen) sowie marktverzerrende Subventionen abzubauen.

### EU-Handelspolitik 2017



- |  |  |
|--|--|
| ■ EU & Zollunion (Andorra, Monaco, San Marino, Türkei)           | ■ Bevorzugte Handelsvereinbarung wird ausgehandelt         |
| ■ Europäischer Wirtschaftsraum (Norwegen, Island, Liechtenstein) | ■ Potenzial für Freihandelspartnerschaft                   |
| ■ Bevorzugte Handelsvereinbarung (FTA, EPA, DCFTA)               | ■ Eigenständige Investitionsvereinbarung wird ausgehandelt |
| ■ Vorzugsvereinbarung zur Annahme / Ratifizierung                | ■ Bevorzugte Vereinbarung im Prozess der Modernisierung    |

Quelle: [ec.europa.eu/trade](http://ec.europa.eu/trade)

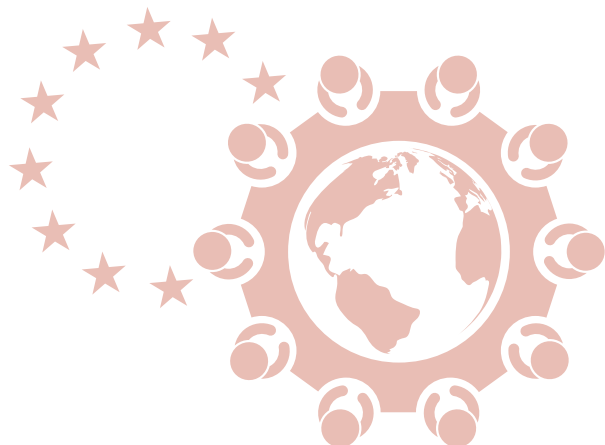
### WTO-Abkommen verfolgen dabei drei Grundprinzipien:

1. Handelsvorteile müssen allen WTO-Mitgliedern gleichermaßen gewährt werden (Meistbegünstigung). Günstigere Ausnahmen sind für Zollunionen, Freihandelszonen sowie für Entwicklungsländer möglich.
2. Ausländische Produkte dürfen nicht schlechter behandelt werden als vergleichbare einheimische (Inländergleichbehandlung).
3. WTO-Mitglieder müssen sich gegenseitig über ihre Handelsmaßnahmen informieren (Transparenz).

Aktuell zählt die WTO 164 Mitglieder, Deutschland und die EU sind seit dem 1. Januar 1995 Mitglied. Die WTO-Mitglieder verpflichten sich, auf willkürliche Handelschranken zu verzichten, sofern es sich nicht um begründete präventive oder erhaltende Maßnahmen des Gesundheitsschutzes handelt. Im Agrarbereich einigten sich die WTO-Mitglieder über das WTO-Agrarabkommen auf Bestimmungen zu Zöllen sowie zulässige Ausnahmen für Subventionen.

Das WTO-Übereinkommen hinsichtlich der Anwendung gesundheitspolitischer und pflanzenschutzrechtlicher Maßnahmen (SPS-Übereinkommen) rechtfertigt Schutzmaßnahmen, sofern sie auf international anerkannten Standards beruhen und aufgrund einer wissenschaftlichen Risikobewertung erforderlich werden.

Zur weiteren Liberalisierung des Handels über WTO-Ebene hinaus streben derzeit zahlreiche Länder zusätzlich den Abschluss von bi- und plurilateralen Freihandelsabkommen an. Da die Handelspolitik in die Zuständigkeit der EU fällt, werden entsprechende Verhandlungen von der Europäischen Kommission in enger Konsultation mit den EU-Mitgliedstaaten geführt. Allein die EU hat mehr als 770 internationale Abkommen zum Agrarhandel geschlossen. Darunter fallen umfassende Freihandelsabkommen, aber auch spezifische Abkommen wie beispielsweise Veterinärabkommen. In einigen spezifischen Fragen, wie beispielsweise der Tier- und Pflanzengesundheit, erkennen nicht alle Länder die EU als Einheit an. Deswegen können auch bilaterale Abkommen auf nationaler Ebene für den Handel notwendig werden.



## 5 Warum braucht die Branche politische Unterstützung beim Export?

Für viele Unternehmen der Ernährungsindustrie bildet das Exportgeschäft die tragende Säule ihrer Unternehmensleistungen. Insbesondere für die vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen wird es jedoch zunehmend schwieriger, sich Absatzmärkte im Ausland zu erschließen. Gerade im EU-Binnenmarkt, dem wichtigsten Exportmarkt der Ernährungsindustrie, erschweren eine anhaltend gedämpfte Konsumstimmung sowie der deutlich angestiegene Konkurrenzdruck für die Lebensmittelhersteller weiteres Wachstum. Umso wichtiger ist es für die Unternehmen der Ernährungsindustrie, sich verstärkt kaufkräftige und konsumfreudige Absatzmärkte außerhalb der EU zu erschließen. Viele Unternehmen haben diese Potentiale auch bereits erkannt: So sind die guten Exportzahlen im Jahr 2016 nicht zuletzt auf eine Intensivierung des Exportgeschäfts insbesondere auf dem asiatischen Markt zurückzuführen.

**Ein komplexes Handelsumfeld erschwert gerade den kleinen und mittelständischen Unternehmen den Zugang zu Drittlandsmärkten.**



Außerhalb des Binnenmarktes gelten für den Export jedoch auch andere Regeln, an die sich die Hersteller halten müssen. Nicht alle in der EU zugelassenen Lebensmittel dürfen einfach ins Ausland exportiert werden. Europäische Lebensmittelhersteller sind von der EU aus rechtlich verpflichtet, die Lebensmittelstandards und -qualität von Drittländern einzuhalten, wenn sie ihre Produkte in das entsprechende Land exportieren wollen – es sei denn, es ist ausdrücklich anderweitig vonseiten des Drittlandes geregelt (Lebensmittelbasisverordnung: Verordnung (EG) Nr. 178/2002). Einige Länder erlassen zudem immer höhere Handelshemmnisse, um preisliche Wettbewerbsvorteile oder Mengenbeschränkungen zu schaffen. Hinzu kommt ein hohes Maß an Bürokratie, immer neue Konkurrenten, mangelnde Rechtssicherheit, aber auch Unsicherheiten bei Wechselkursen, Handelspartnern und Politik. Kurzum: Insbesondere den kleinen und mittelständischen Unternehmen fehlen oft die Zeit und Mittel, um die zum Teil aufwendige Exportabwicklung außerhalb der EU umzusetzen. So kann es mitunter passieren, dass Produktnachfragen aus dem Ausland nicht bedient werden können.

Während es auf der einen Seite Sache der Unternehmen ist, sich Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen, muss die Politik auf der anderen Seite die notwendigen Rahmenbedingungen schaffen. Die Ernährungsindustrie ist darauf angewiesen, dass die Politik verlässliche und stabile handelspolitische Regeln setzt, die den Marktzugang zu strategisch wichtigen Märkten verbessern, den grenzüberschreitenden Warenverkehr vereinfachen und die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Produktion fördern. Darüber hinaus ist die Politik aber auch durch eine gezielte, branchengerechte Exportförderung ein wichtiger Partner für die Lebensmittelhersteller. Durch fachliche Unterstützung und eine enge Zusammenarbeit können gerade den kleinen und mittelständischen Unternehmen Zeit und Kosten erspart werden.



---

## 6 Welche Initiativen zur Exportförderung gibt es für die Ernährungsindustrie?

Im Rahmen der Exportförderung kommen verschiedene Instrumente zur Anwendung. In Deutschland engagieren sich sowohl staatliche als auch privatwirtschaftliche Institutionen in der Exportförderung.

### Nationale Exportförderung

Im Jahr 2010 hat das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) das Programm zur Förderung der Exportaktivitäten der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft ins Leben gerufen. Damit wurde das BMEL dem Bedarf der Wirtschaft nach einer staatlich geförderten, projektbasierten Exportunterstützung gerecht.

Unter Einbindung der Außenwirtschaftsförderinstrumente der Bundesregierung unterstützt das BMEL-Exportförderprogramm gezielt kleine und mittelständische Unternehmen in ihren Exportbemühungen. Ziele des Exportförderprogramms sind insbesondere der Erhalt und die Erschließung kaufkräftiger Auslandsmärkte sowie eine verbesserte Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Außerdem soll das Absatzpotenzial deutscher Produkte im Ausland vergrößert und der Kreis kleiner und mittelständischer Exportunternehmen erweitert werden.





Das Programm bietet den Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft eine Vielzahl von Fördermöglichkeiten im In- und Ausland. Hierzu zählen unter anderem die Bereitstellung von Marktstudien, die Durchführung und Unterstützung von Informationsveranstaltungen und Schulungen im In- und Ausland, die Auftragsvergabe von Markterkundungs- und Geschäftsreisen, Informationsveranstaltungen zu deutschen Lebensmitteln im Ausland sowie die Organisation von Auslandsreisen zum Kontaktaufbau mit Behörden und Multiplikatoren.

Außerhalb seines Exportförderprogramms organisiert das BMEL darüber hinaus offizielle deutsche Firmenbeteiligungen auf relevanten Fachmessen im außereuropäischen Ausland. Das BMEL-Auslandsmesseprogramm hat als Marketinginstrument zur Anbahnung von Geschäftskontakten mit ausländischen Unternehmen erheblich an Bedeutung gewonnen. Insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen der Ernährungsindustrie bietet es als Bestandteil der Messesförderung der Bundesregierung eine Initialhilfe bei der Erschließung von Auslandsmärkten. Die Teilnahme an einer der geförderten Messebeteiligungen steht allen Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft mit Sitz und Produktion in Deutschland offen.



**Das BMEL, das BMWi sowie das Auswärtige Amt halten zahlreiche Möglichkeiten der Exportförderung für die Ernährungsindustrie bereit.**

Neben den Exportförderinitiativen des BMEL gibt es aber auch für die Ernährungsindustrie relevante Exportförderinstrumente und -strukturen, die zum Beispiel durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) oder das Auswärtige Amt finanziert und organisiert werden. Ein wichtiges Modul ist die Möglichkeit der Risikoabsicherung bei Auslandsgeschäften durch Hermes-Deckungen. Diese sichern gleichermaßen das Fabrikationsrisiko von Exportgütern vor dem Versand der Ware als auch das Risiko durch Zahlungsausfälle oder Zahlungsverzug nach Warenversand in ausgewählte Auslandsmärkte ab.

Zugleich haben Unternehmen im Ausland bei wirtschaftspolitischen Problemen die Möglichkeit, sich an eine der 227 Auslandsvertretungen der Bundesrepublik Deutschland zu wenden. Auf Weisungen des Auswärtigen Amtes sind die Auslandsvertretungen darum bemüht, deutsche Unternehmen bei ihren Aktivitäten im Ausland zur Seite zu stehen und den internationalen Handel zu fördern. In 17 der offiziellen deutschen Auslandsvertretungen weltweit sitzen zudem 18 Referentinnen und Referenten, die auf die Themen Ernährung und Landwirtschaft spezialisiert sind. Über das Netzwerk der anteilig vom BMWi geförderten Auslandshandelskammern stehen den Unternehmen darüber hinaus in 90 Ländern Partnerinstitutionen vor Ort zur Seite, die die Außenhandelsbestrebungen der Unternehmen bei Bedarf aktiv unterstützen.

Neben der Exportförderung durch die Bundesregierung bieten vereinzelt auch Landesregierungen Exportförderinstrumente für die in dem jeweiligen Bundesland ansässigen Unternehmen an.

## Privatwirtschaftliche Exportförderung

Wirtschaftsseitig haben sich am Export interessierte Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie in Exportförderorganisationen zusammengeschlossen. Hierzu zählen branchenübergreifende Ländervereine mit dem Fokus auf ausgewählte Absatzmärkte sowie branchenspezifische Verbände wie beispielsweise German Meat, German Sweet, die Export Union für Milchprodukte oder der Verband der Ausfuhrbrauereien Nord-, West- und Süddeutschlands. Die branchenspezifischen Exportförderverbände beraten ihre Mitglieder zum Teil bereits seit mehreren Jahrzehnten gezielt rund um das Thema Export und bieten privatwirtschaftlich organisierte Messebeteiligungen, Exportförderseminare oder aber auch branchenspezifische Marktstudien an. Der im Mai 2009 auf Initiative mittelständischer Unternehmen der deutschen Ernährungswirtschaft gegründete Verein „Food Made in Germany“ steht allen Unternehmen offen, die auf keinen eigenen branchenspezifischen Exportförderverband zurückgreifen können.

Zentrale Anlaufstelle für alle Exportbeteiligten aus dem Bereich Agrar- und Ernährungswirtschaft ist die „German Export Association for Food and Agriproducts (GEFA)“. Sie ist Ansprechpartner für Wirtschaft und Politik in Exportfragen. Zu ihren Aufgaben zählt auch die Organisation und Betreuung des produktübergreifenden Auftritts der branchenspezifischen Exportförderverbände im Ausland.

## EU-Absatzförderung

Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft aus ganz Europa können sich in ihren Exportbemühungen auch durch die Europäische Kommission fördern lassen. Mit dem 2016 neu aufgelegten EU-Absatzförderprogramm für die Agrar- und Ernährungswirtschaft werden sowohl Projekte für Einzelland- und Mehrländerprogramme innerhalb der Europäischen Union als auch Projekte auf ausgewählten Drittlandsmärkten gefördert. Die Förderquoten betragen je nach Programm zwischen 70 und 85 Prozent und unterliegen strengen Vorschriften.





## Was tut die BVE?

### Außenwirtschaftstag und Außenwirtschaftsseminar

Seit 2009 veranstaltet die BVE gemeinsam mit dem BMEL sowie mit Unterstützung des Auswärtigen Amtes den Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft in Berlin. Der Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft ist die wichtigste Netzwerkplattform für außenwirtschaftlich engagierte Unternehmen und bietet rund 400 Gästen praxisrelevante Informationen zu Auslandsmärkten und Außenwirtschaftsthemen aus erster Hand. Entscheider aus der Wirtschaft treffen hier mit Repräsentanten der Politik, der Außenwirtschaftsförderung sowie den Fachreferenten des BMEL an den deutschen Auslandsvertretungen zusammen, um sich über Chancen und erfolgreiche Strategien für die Erschließung von Auslandsmärkten auszutauschen.



Seit 2015 ergänzt das Außenwirtschaftsseminar den politisch orientierten Außenwirtschaftstag der Agrar- und Ernährungswirtschaft um eine interaktive und praxisorientierte Fachtagung. Die beiden Veranstaltungen wechseln sich in einem jährlichen Rhythmus ab.

### Außenwirtschaftspolitische Interessenvertretung

Die BVE ist als Dachverband der Ernährungsindustrie die Plattform zur branchenübergreifenden Meinungsbildung in Außenwirtschaftsfragen. In der Gremienarbeit des Verbandes werden die Brancheninteressen in Handelsabkommen, zur Markterschließung, zur Ausrichtung von Exportförderinstrumenten, dem Auslandsmesseprogramm der Bundesregierung oder auch zum internationalen Lieferkettenmanagement abgestimmt und an die Politik formuliert. Dabei ist die BVE nicht nur in Berlin aktiv, viele Themen der Außenwirtschaftspolitik liegen in der Verantwortung der EU. Mit einem Büro in Brüssel organisiert die BVE daher die Vertretung der Interessen ihrer Mitglieder bei den europäischen Entscheidungsträgern.

Die BVE bringt sich zudem aktiv in die interinstitutionelle Arbeit bei bilateralen Wirtschaftsarbeitsgruppen ein, fördert die operativen Exportförderaktivitäten der GEFA, unterstützt politische Delegationsreisen und wirkt ebenso als erster Kontakt für Delegationen aus dem Ausland.

### Berichterstattung und Studien

Wie entwickeln sich die deutschen Lebensmittelexporte und was wird wohin exportiert? Die BVE gibt Auskunft und erörtert in regelmäßigen Unternehmensumfragen Trends und Stimmungen zu aktuellen außenwirtschaftspolitischen Themen. So erstellt die BVE gemeinsam mit PricewaterhouseCoopers (PwC) halbjährlich das BVE-PwC-Exportbarometer, welches vom BMEL gefördert wird. Für das Exportbarometer werden über 400 Geschäftsführer und Exportleiter der Ernährungsindustrie nach ihrer Einschätzung der aktuellen Geschäftslage und den zukünftigen Erwartungen im Export befragt. Aus den Befragungsergebnissen wird ein Exportklimaindex errechnet, der Auskunft über die heutige Positionierung der Ernährungsindustrie im internationalen Wettbewerb und über zukünftige Absatzmärkte gibt.



- > [www.bve-online.de/themen/aussenwirtschaft/export-bve-pwc-exportbarometer](http://www.bve-online.de/themen/aussenwirtschaft/export-bve-pwc-exportbarometer)
- > Online-Tool: [www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/exportbarometer-tool.html](http://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/exportbarometer-tool.html)



---

## 7 Wie erfolgreich ist Exportförderung?

Die aktuell von der Bundesregierung, den deutschen Bundesländern sowie den privatwirtschaftlichen Organisationen eingesetzten Instrumente der Exportförderung sind in weiten Teilen auf die Bedürfnisse der Wirtschaft abgestimmt und grundsätzlich geeignet, die Exportaktivitäten der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft sinnvoll zu unterstützen. Da stets mehrere Unternehmen mit unterschiedlichen Zielen an einer Exportfördermaßnahme teilnehmen können, ist die Messung ökonomischer Erfolge aber so gut wie nicht möglich. Regelmäßige Evaluierungen der Maßnahmen tragen jedoch erheblich zur Überprüfung und Fortentwicklung der Exportförderung bei. Denn nationale und supranationale Exportförderung kann nur dann funktionieren, wenn Politik und Wirtschaft Hand in Hand gehen und sich eng untereinander über Bedürfnisse, Möglichkeiten und relevante Zielmärkte abstimmen. Hier übernehmen fach- und branchenübergreifende Wirtschaftsverbände eine koordinierende Rolle.

---

## 8 Wie nachhaltig ist Lebensmittelexport?

Die deutsche Ernährungsindustrie bekennt sich zu einer nachhaltigen Lebensmittelproduktion. Dazu zählen vor allem eine intakte Umwelt und Landwirtschaft, gute Beschäftigungsbedingungen für die Mitarbeiter sowie ein effizienter Energie- und Ressourcenverbrauch. Dieses Engagement wird im gesamten unmittelbaren Wirkungskreis der Unternehmen und somit auch in den internationalen Lieferketten angestrebt. Nachhaltigkeit bedeutet beim internationalen Handel folglich auch, dass Produkte vorzugsweise dort angebaut und verarbeitet werden, wo der geringere Ressourcenverbrauch inklusive Transport und Lagerung entsteht. Dies hängt von den natürlichen, aber auch technologischen Gegebenheiten ab, kann sich aber auch saisonal ändern.



**Ein Beispiel:**

Der Konsument hat stets die Wahl, welche Lebensmittel mit welchen Produkteigenschaften er kaufen möchte. Grundsätzlich gilt: wer ausgewogen, bewusst sowie regional und saisonal Lebensmittel einkauft, kann den Klimaschutz fördern. Genau wie beim Erwerb anderer Produkte ist es auch hier wichtig, sich gut zu informieren. Wer beispielsweise im Frühjahr Äpfel kaufen möchte, hat die Wahl zwischen gelagerten Äpfeln aus der Region oder importierten Äpfeln aus Übersee. Die Überseeäpfel werden meist Ende März gepflückt und sind anschließend vier Wochen mit einem Containerschiff zum deutschen Verbraucher unterwegs. Der Regionalapfel wurde hingegen meist im Oktober des Vorjahres geerntet und daraufhin für mehrere Monate energieaufwendig gelagert. Damit hat im Frühjahr der Überseeapfel die bessere Umweltbilanz. Dieses Prinzip lässt sich auf viele andere weltweit gehandelte Agrargüter übertragen.

Ein weiterer Aspekt sind die bestehenden Unterschiede in Angebot und Nachfrage, nicht alle Lebensmittel werden überall gleichermaßen konsumiert. Im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung ist es daher nur sinnvoll und nachhaltig, Produkte, die am Heimatmarkt nicht konsumiert werden, dort anzubieten, wo die entsprechende Nachfrage besteht.

---

## 9 Werden Lebensmittelexporte subventioniert?

Bis heute hält sich der Glaube, dass die in den 1970er Jahren von der EU praktizierte Politik der Ausfuhrerstattungen für Überproduktion im Agrarsektor („Butterberg“) auch heute noch Realität ist. Fakt ist jedoch, dass seit Juli 2013 im Rahmen der „Gemeinsamen Agrarpolitik“ keine Agrarexporte in der EU mehr subventioniert und damit auch keine deutschen Exportbeihilfen mehr gezahlt werden. Doch nicht nur die EU war in der Pflicht, Exportsubventionen abzuschaffen, um Marktverzerrungen zu vermeiden und Entwicklungsländern nicht zu schaden. Auf der 10. Ministerkonferenz der WTO 2015 einigten sich alle WTO-Mitglieder auf die endgültige Abschaffung von Exportsubventionen.

---

## 10 Benachteiligt der Export die lokale Produktion in Entwicklungsländern?

Die Handelsbilanz Deutschlands mit Entwicklungsländern ist insgesamt negativ, der Einfuhrüberschuss lag 2015 bei 12 Milliarden Euro. Betrachtet man allein den Agrarhandel mit Afrika, ergibt sich ein Einfuhrüberschuss von 1,8 Milliarden Euro. Aufgrund der geringen Kaufkraft gingen nur 1,6 Prozent der deutschen Lebensmittelexporte 2016 nach Afrika, wobei die Hauptzielmärkte keine Entwicklungsländer, sondern weiter entwickelte Länder wie Südafrika, Ägypten oder Marokko waren. Der Anteil deutscher Lebensmitteleinfuhren an den gesamten Lebensmitteleinfuhren Afrikas ist sehr gering, im Gegenzug ist Deutschland aber ein wichtiger Abnehmer bedeutender Wirtschaftszweige der afrikanischen Primärproduktion. So hat Deutschland beispielsweise im Rahmen der Initiative „Forum Nachhaltiger Kakao“ in die Verbesserung der Anbaubedingungen im Kakaosektor der Côte d'Ivoire investiert. Die Côte d'Ivoire ist heute einer der weltweit wichtigsten Kakaoexporteure – für das Land eine nachhaltige Wachstumschance.

Bevölkerungswachstum, eine zunehmende Urbanisierung und anhaltende Rückstände in der landwirtschaftlichen Produktivität lassen die Nachfrage nach Lebensmittelimporten in einigen Entwicklungsländern steigen. Der Handel mit Entwicklungsländern unterliegt dabei ebenso den WTO-Regeln wie jener mit anderen Ländern. Entwicklungsländer können ihre Märkte aber noch stärker durch WTO-Maßnahmen schützen, so genießen sie bei Versorgungsrisiken beispielsweise höhere Flexibilität. Auch können Entwicklungsländer Exporte durch Zollabkommen mit der EU vergünstigt auf den europäischen Markt bringen.



Nutzen Entwicklungsländer die handelspolitischen Spielräume, dann benachteiligen Lebensmittelimporte nicht die lokale Produktion und Versorgung. Um die in vielen Entwicklungsländern immer noch vorherrschende Mangel- und Unterernährung sowie den Aufbau robuster und produktiver Lebensmittelversorgungsketten vor Ort zu fördern, braucht es jedoch weniger den Agrarhandel als eine wirkungsvolle Infrastrukturpolitik. Daher investieren Länder wie Deutschland, aber auch private Unternehmen, in gemeinsame Projekte zur Entwicklungszusammenarbeit, die vor allem bei der landwirtschaftlichen Erzeugung ansetzen. Erst an diese Erfolge können dann Investitionen in Weiterverarbeitung und Vertrieb anknüpfen. Wo die landwirtschaftliche Erzeugung in Entwicklungsländern nachhaltig Überschüsse erzeugt, wird die Exportfähigkeit dieser Länder gefördert, so beispielsweise durch Investitionen in Qualitätsverbesserungen oder Einfuhrerleichterungen.

## GASTBEITRAG



**Dr. Bettina Rudloff**

Stiftung Wissenschaft und Politik,  
Deutsches Institut für Internationale  
Politik und Sicherheit

### Nachteilige Hühnerexporte nach Westafrika? Was EU und Westafrika tun können

Für die Eiweißversorgung der stetig wachsenden Bevölkerung Westafrikas reicht die heimische Geflügelfleischproduktion oft nicht aus, sodass Importe von günstigem Hühnerfleisch helfen können. Allerdings besteht dann das Risiko, dass diese die wenig wettbewerbsfähige lokale Produktion verdrängen.<sup>1</sup> Einer Erhöhung eigener Produktion stehen hohe heimische Produktionskosten entgegen, die in hohen Energiepreisen ihre Ursache haben und so zum Beispiel die Einhaltung von Kühlketten verteuern. Auch Futter ist teuer und die gesamte Verarbeitungsstruktur schwach.

### Vielfältige Schutzmaßnahmen bei Handel und Subventionen seitens afrikanischer Staaten möglich

Entgegen oft vorgebrachter Kritik können Entwicklungsländer ihre Märkte durchaus durch Zölle schützen: Schutzklauseln können gerade bei Bedrohung lokaler Erzeugung durch steigende Importe genutzt werden, auch ist ein flexibler Zollschatz für entstehende, noch

<sup>1</sup> vgl. Bettina Rudloff; Evita Schmiege, European chicken drumsticks for West Africa - a threat to local markets? in: Rural 21, The International Journal for Rural Development, Vol. 51, No. 1/2017



## GASTBEITRAG

schwache Industrien möglich, als Antwort auf handelsverzerrende Subventionen anderer Staaten sind Ausgleichszölle erlaubt und schließlich ist speziell bei Ernährungsdefiziten ohnehin generell Zollschutz gestattet. Ob dieser Schutz faktisch ausreicht, um Importe aus dem Land zu halten, wird sich aber erst in der noch anstehenden Umsetzung der neuen Wirtschaftspartnerschaftsabkommen (WPA) mit der EU zeigen müssen.

Es stellt sich aber die Gretchenfrage, ob Zollschutz überhaupt das Mittel der Wahl sein sollte: Neben Zöllen können Entwicklungsländer auch Subventionen nutzen, um ihre Agrarproduktion systematischer zu stärken, was wegen Budgetgrenzen oder wegen anderer politischer Prioritäten aber nur sehr wenige Staaten (etwa Malawi, Äthiopien oder der Senegal im Rahmen der Maputo-Erklärung) nutzen. Ghana etwa unterstützt seine Geflügelproduktion bereits seit den 1960er Jahren mit unterschiedlichen Schwerpunkten wie Seuchenbekämpfung oder der Gründung von Vermarktungsinstitutionen. Das „Ghana Broiler Rehabilitation Project (GHABROP)“ aus 2014 verband genau Zollschutz mit Infrastrukturmaßnahmen. Wegen fehlender politischer Unterstützung und Begleitung aber trat es faktisch nie in Kraft.

### **Ein Bündel an Maßnahmen jenseits der puren Handelspolitik ist nötig und möglich**

Nur afrikanische Länder selber können formulieren, in welchem Maße die Eigenproduktion durch Zölle geschützt werden soll. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass diese Verbraucher mit geringem Einkommen belasten. Ohnehin müssen alle Interessen berücksichtigt werden – auch die von Kleinproduzenten im Hinterland, die oft schwächer organisiert sind als andere Unternehmer, etwa in den Hafenstädten. Zudem sind eben umfassende Maßnahmen zur Kostensenkung in der Produktion und eine Verbesserung der Infrastruktur erforderlich.

Die EU kann diese Maßnahmen entwicklungspolitisch über konkrete Projekte unter Einbindung der Wirtschaft und Interessenvertreter vor Ort unterstützen. Sie sollte über handels- und subventionspolitische Möglichkeiten beraten. Genereller ansetzend sollte sie alle externen Kosten abbauen, die ihre landwirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit auch jenseits von natürlichen Effizienzvorteilen künstlich erhöhen. Hierzu können Maßnahmen zur Klimagas- und Nitratreduktion zählen, die durchaus die Gesamtwohlfahrt erhöhen können. Das Vorliegen von externen Effekten müsste vor einer Maßnahme eindeutig identifiziert, eine geeignete Maßnahme gefunden und gegebenenfalls Ausgleich für Nachteile für europäische Erzeuger und betroffene Verbraucher geleistet werden. Aber eine resultierende Geflügelverteuerung kann in Folge den europäischen Verbrauch einschränken oder aber den ganzen, nun teureren Hühner erhöhen – damit gelangen weniger an günstigen Teilstücken nach Afrika. Eine solche Exportverringerung allerdings wirkt ohnehin nur dann auf die Importsituation, wenn es konzertiert über alle Geflügel exportierende Länder hinweg erfolgt. Im Zentrum sollten daher ohnehin eigene Maßnahmen der westafrikanischen Länder stehen.

## Quellen und weiterführende Informationen:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2016):

Agrarexporte verstehen. Fakten und Hintergründe.

[http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Agrarexporte-verstehen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Agrarexporte-verstehen.pdf?__blob=publicationFile)

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015):

Welternährung verstehen. Fakten und Hintergründe. [http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Welternaehrung-verstehen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Broschueren/Welternaehrung-verstehen.pdf?__blob=publicationFile)

---

Auswärtiges Amt (AA): [www.auswaertiges-amt.de](http://www.auswaertiges-amt.de)

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL): [www.bmel.de](http://www.bmel.de)

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi): [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de)

Europäische Kommission: [www.ec.europa.eu/commission/index\\_de](http://www.ec.europa.eu/commission/index_de)

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO): [www.fao.org](http://www.fao.org)

German Export Association for Food and Agriproducts (GEFA): [www.g-e-f-a.de](http://www.g-e-f-a.de)

World Trade Organization (WTO): [www.wto.org](http://www.wto.org)

---

### © Fotos:

Shutterstock: S. 20 Creative Family;

Thinkstock/Gettyimages: S. 16 artjazz;

S.13 Fuse, S. 4 (r.) Peter Dennis/Dorling Kindersley,

S. 4 (l.) Peter Visscher/Dorling Kindersley;

Corbis: S. 6 Ian Lishman; S. 18 the food passionates;

Mediabakery: S. 14 Paul Bradbury

### FAKT: ist | Teil 6 Lebensmittelexporte

September 2017

### Herausgeber:

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V.

Alle Angaben beruhen auf dem Wissensstand zum Zeitpunkt der Veröffentlichung.



**BVE**

Bundesvereinigung  
der Deutschen  
Ernährungsindustrie

Claire-Waldoff-Straße 7  
10117 Berlin

Telefon +49 30-200786-0  
Telefax +49 30-200786-299  
bve@bve-online.de



[www.bve-online.de](http://www.bve-online.de)

Twitter: [www.twitter.com/bve\\_online](http://www.twitter.com/bve_online)

Facebook: [www.facebook.com/BVEonline](http://www.facebook.com/BVEonline)

YouTube: [www.youtube.com/user/BVEvideo](http://www.youtube.com/user/BVEvideo)

Blog: [www.filetspitzen.de](http://www.filetspitzen.de)