

PRESSEMELDUNG

Österreichische Lebensmittel sind weltweite Genuss-Botschafter – Export schafft Wertschöpfung und sichert Arbeitsplätze

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA und AMA auf der SIAL in Paris – Österreich punktet in Deutschland und auf Überseemärkten wie den USA mit Qualität und "Natur-Genuss"

(Wien, 17.10.2016) – Vom 16. bis 20. Oktober 2016 findet die internationale Weltfachmesse für Ernährung SIAL in Paris statt. Die SIAL ist – gemeinsam mit der ANUGA in Köln – die bedeutendste Veranstaltung für die internationale Lebensmittelwirtschaft. Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA organisiert gemeinsam mit dem österreichischen AußenwirtschaftsCenter Paris im Rahmen der Internationalisierungsoffensive „go-international“ – einer Förderinitiative des Bundesministeriums für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft und der Wirtschaftskammer Österreich – den „Österreich-Auftritt“ auf mehreren Österreich-Ständen (Int. Länderbeteiligungen, Bioprodukte, Getränke, Fleischprodukte, Käse und Milchprodukte) auf dieser Leitmesse.

Von der SIAL 2016 in Paris erwarten sich die österreichischen Aussteller neben einer Vielzahl an Kundenkontakten weitere Impulse für die immer wichtiger werdenden Exportmärkte. So liegt es nahe, dass auch in diesem Jahr wieder eine bedeutende Zahl österreichischer Lebensmittelhersteller bei dieser wichtigen ernährungswirtschaftlichen Fachmesse bestrebt ist, neue Interessenten, Abnehmer und vor allem Liebhaber für die qualitativ hochwertigen österreichischen Lebensmittel, Getränke und Spezialitäten zu gewinnen. Die österreichischen Aussteller sind zuversichtlich, dass der Appetit der Kunden auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit Qualität und Genuss „Made in Austria“ weiter zunehmen wird.

Bereits zum zehnten Mal ist die AMA mit einem Gemeinschaftsstand bei der SIAL in Paris vertreten (Halle 7, Standnummer A123/B124). „Österreichische Agrarprodukte haben ein hervorragendes Image. Sie stehen für Tradition und Natürlichkeit. Österreich ist Bioland Nr. 1 in Europa. Die Innovationsfreude unserer Produzenten setzt am Markt immer wieder neue Impulse. Verlässlichkeit in der Belieferung und die Kontinuität in der erzeugten Qualität überzeugen Einkäufer auf der ganzen Welt. All das unterstreicht der Slogan `Natur Genuss`, erklärt Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing.

„Die Exporte der Lebensmittelindustrie zeigen für das erste Halbjahr 2016 mit rund 3 Mrd. € Umsatz und einem Plus von 4,8 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine erfreuliche Entwicklung. Und das trotz weiterhin angespannter Märkte im In- und Ausland etwa in Folge der ‚Ukraine-Russland-Krise‘. Diese hat zu einem Überangebot bei manchen Agrarprodukten (primär Fleisch- und Milcherzeugnisse) und somit zu einem enormen Preisdruck in der EU geführt. Speziell am Milchsektor sind hohe Mengen und niedrige Preise kennzeichnend. Die exportorientierten EU-Länder drängen daher auf alternative Märkte außerhalb der EU. Da das auch die heimische Agrar- und Lebensmittelwirtschaft versucht, wird der Wettbewerb auf Drittlandsmärkten allgemein schärfer“, erklärte Mag. Katharina Koßdorff, Geschäftsführerin des Fachverbandes der Lebensmittelindustrie, anlässlich der SIAL in Paris.

„Die Exportleistung der Erzeugnisse der österreichischen Lebensmittelindustrie auf Märkten außerhalb Europas stieg im ersten Halbjahr 2016 um fast 10 %. Exportmotor dabei war der US-Markt. Dieser wuchs gegenüber dem Vorjahreszeitraum um fast 25 % an. Damit zählen Deutschland und die USA zu den aktuellen Top-Exportmärkten für österreichische Lebensmittel und Getränke“, führte Koßdorff weiter aus.

Heimmarkt bleibt angespannt

Der österreichische Lebensmittelmarkt ist nach wie vor heiß umkämpft und bleibt auch 2016 angespannt. Wettbewerb findet auf allen Ebenen entlang der Wertschöpfungskette statt. Die Rahmenbedingungen dafür sind schwierig und seit Jahren unverändert. Im Mittelpunkt des täglichen Kampfes um Marktanteile im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel, der sich durch den Zielpunkt-Konkurs Ende 2015 noch zusätzlich verschärft hat, stehen dauerhafte Preissenkungen bei vielen Markenartikeln, Dauertiefpreis-Garantien, weiterhin Aktionen am laufenden Band und die verstärkte Positionierung von Eigenmarken in allen wichtigen Produkt- und Preissegmenten. Die Unternehmen der Lebensmittelindustrie müssen sich weiterhin in einem schwierigen Umfeld behaupten. Zusätzlich bedeuten volatile Rohstoff-, Energie- und Transportkosten große Herausforderungen für die Lebensmittelbranche.

Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen konnte die österreichische Lebensmittelindustrie im ersten Halbjahr 2016 ihre Produktion um 2,6 % erhöhen. Gute Tourismuszahlen im Inland, Ausflugswehler, verstärkte Exportbemühungen und die Fußball-Europameisterschaft sind die Gründe dafür. Dazu Koßdorff: „Die aktuelle Entwicklung stimmt uns optimistisch, dass die Branche ihr Umsatzziel für 2016 – deutlich über 8 Mrd. € bei der abgesetzten Produktion – erreichen kann.“

Export bleibt wichtigstes Standbein für die Branche

Für viele heimische Lebensmittelhersteller ist der Export ein unverzichtbares wirtschaftliches Standbein und die wesentlichste Kostenstellschraube. Die Exportleistungen der heimischen Unternehmen schaffen Arbeitsplätze und tragen wesentlich zur Wertschöpfung und dem damit verbundenen Wohlstand unseres Landes bei. Zwei von drei in Österreich produzierte Lebensmittel werden bereits auf 180 Märkten quer über den Globus verkauft. Mit fast 6 Mrd. € erreichten die Exporte von Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie 2015 einen Rekordstand (+7,3 % gegenüber 2014). Der Export ist daher der Wachstumstreiber und Jobgarant für die Branche.

Frankreich zählt seit Jahren zu den wichtigsten Exportmärkten für die österreichische Agrar- und Lebensmittelwirtschaft. Das Agrarexportvolumen Österreichs nach Frankreich (Zollkapitel 1 bis 24) konnte im Jahr 2015 erstmals ein Exportvolumen in Höhe von 215 Mio. € erreichen (+ 2,2 % gegenüber 2014). Fast 66 % dieses Agrarexportvolumens nach Frankreich wurde 2015 mit dem Export von österreichischen Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie (Zollkapitel 16 bis 24) in Höhe von 141 Mio. € (+ 9,4 % gegenüber 2012) erwirtschaftet. Zu den wichtigsten Exportprodukten „Made in Austria“ zählen: Feine Backwaren (32,2 Mio. Euro Exportvolumen im Jahr 2015), Rindfleisch (22,4 Mio. Euro), Schokoladenwaren (17,0 Mio. Euro), Zubereitungen zur Tierfütterung (11,2 Mio. Euro), Fruchtsäfte und -konzentrate (10,7 Mio. Euro), Alkoholfreie Erfrischungsgetränke (10,3 Mio. Euro) und Andere Lebensmittelzubereitungen (8,7 Mio. Euro).

Aber auch Frankreich ist einer der wichtigsten Lieferanten von Agrarwaren, Lebensmitteln und Getränken (Zollkapitel 1 bis 24) für Österreich. Das Agrarimportvolumen aus Frankreich betrug im Jahr 2015 345 Mio. € (- 3,6 % gegenüber 2014).

Konjunkturmotor Export bleibt wichtiger Wirtschaftsfaktor – Jetzt weiter Kräfte bündeln

Koßdorff weiter: „Lebensmittel waren in Zeiten schwacher Konjunktur immer verlässliche Umsatzbringer. Die gesamtwirtschaftlichen Perspektiven zeigen, dass es richtig ist, sich auf die Stärken der österreichischen Lebensmittelwirtschaft zu besinnen und alle Kräfte zu bündeln: Die ‚Internationalisierungsoffensive‘ des Wirtschaftsministeriums und die ‚Exportinitiative neu‘ des Ministeriums für ein lebenswertes Österreich sind gerade in diesen Zeiten wichtiger denn je.“ Der Fachverband unterstützt mit großem Engagement diese Initiativen im Interesse des heimischen Produktionsstandortes und arbeitet in Abstimmung mit seinen Partnern – der Außenwirtschaft Austria und der AMA Marketing GmbH – aktiv daran mit. „Wir müssen gemeinsam bestehende Märkte stärken und neue Marktchancen wie den Westbalkan, den Mittleren Osten und Asien erschließen. Aktivitäten wie der ‚Marktplatz Österreich‘ oder der Besuch von Messen wie der SIAL können helfen, neue Kontakte zu knüpfen. Insgesamt soll damit der Export der österreichischen Agrar- und Lebensmittelwirtschaft breiter aufgestellt werden“, führte Koßdorff weiter aus.

Stellenwert der Lebensmittelindustrie in Österreich

Die Lebensmittelindustrie ist eine der größten Branchen Österreichs. Sie sichert im Interesse der Konsumenten tagtäglich die Versorgung mit sicheren, qualitativen und leistbaren Lebensmitteln. Die rund 200 Unternehmen mit ihren 26.000 Beschäftigten erwirtschafteten im Jahr 2015 ein Produktionsvolumen von 8 Milliarden €. Über 60 Prozent davon werden in 180 Länder rund um den Globus exportiert. Der Fachverband unterstützt seine Mitglieder durch Information, Beratung und internationale Vernetzung.

Über die AMA-Marketing

Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Lebensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit dem AMA-Gütesiegel und dem AMA-Biosiegel aus. Ihre Aufgaben sind gesetzlich geregelt. Die Finanzierung erfolgt über Agrarmarketingbeiträge der Landwirte, Mittel der Europäischen Union sowie Gebühren der Lizenznehmer.

Rückfragehinweise:

Manuela Schürr
Pressesprecherin der AMA-Marketing GmbH

T +43 1 33151-401
manuela.schuerr@ama.gv.at

DI Oskar Wawschinek MAS MBA
Food Business Consult
Pressesprecher für den Fachverband der Lebensmittelindustrie
M +43 664 545 63 50
Presse@dielebensmittel.at