



PRESSEMELDUNG

Agrar- und Lebensmittelexporte sind Konjunkturmotor für Österreich Lebensmittel als Hidden Champion – Agrar- und Lebensmittelexporte wachsen schneller

„Made in Austria“ schmeckt in mehr als 180 Ländern der Welt. Exporte schaffen Wertschöpfung und sichern Arbeitsplätze. Agrarexporte insgesamt bereits über 11 Mrd. Euro. 60 Prozent davon sind höher verarbeitete Erzeugnisse der Lebensmittelindustrie.

(Wien, 10.10.2018) – Die österreichischen Agrarexporte insgesamt (Zollkapitel 1 bis 24) konnten im Jahr 2017 erstmals die 11 Mrd.-Hürde überspringen. Betrachtet man die 24 Zollkapitel im Detail, zeigt sich überall eine positive Grundrichtung. Rund 40 Prozent der gesamten Agrarexporte entfallen auf agrarische Erzeugnisse. 60 Prozent sind Erzeugnisse der Lebensmittelindustrie (Zollkapitel 16 bis 24), bei denen sich daraus für 2017 ein Exportwert von 6,7 Mrd. Euro errechnet.

„Das ist neuerlich ein sehr gutes Ergebnis, das zeigt, dass österreichische Lebensmittel und Getränke mit Qualität, Sicherheit und Genuss weltweit punkten können“, betont Katharina Koßdorff, Geschäftsführerin im Fachverband der Lebensmittelindustrie.

Viele Unternehmen der Lebensmittelindustrie zählen mit ihren Exportleistungen zu Österreichs „Hidden Champions“. Seit dem EU-Beitritt Österreichs konnten die gesamten österreichischen Agrar- und Lebensmittelexporte sogar um mehr als 500 Prozent gesteigert werden, jene von den Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie um fast 600 Prozent (von 959 Mio. Euro auf 6,7 Mrd. Euro). Die besondere Leistung zeigt sich vor dem Hintergrund, dass die gesamte Wirtschaft Österreichs in diesem Zeitraum ihre Exporte um 237 Prozent erhöhen konnte. Somit zählen die Unternehmen der österreichischen Lebensmittelwirtschaft zu den erfolgreichsten Branchen im Export. Dieser ist Wachstumstreiber und Jobgarant für die Lebensmittelerzeuger, denn die Exportleistungen der Unternehmen schaffen Arbeitsplätze und Wertschöpfung und tragen zum Wohlstand unseres Landes bei. Zwei von drei in Österreich produzierten Lebensmitteln und Getränken werden bereits auf über 180 Märkten quer über den Globus verkauft.

Inlandsmarkt zunehmend schwierig

Die Unternehmen der österreichischen Agrar- und Lebensmittelwirtschaft müssen sich seit Jahren in einem schwierigen Umfeld behaupten. Den Kampf um Marktanteile im heimischen Lebensmitteleinzelhandel, der primär über Rabatte und Aktionen geführt wird, bekommen die Lieferanten deutlich zu spüren. Der Konzentrationsprozess im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel hält weiterhin an. Auf die drei größten Handelsunternehmen entfällt bereits ein Marktanteil von über 87 Prozent. Der intensive Wettbewerb auf nationaler und internationaler Ebene inklusive Währungsrisiken im Export (Rubel) übt weiteren Ertragsdruck auf viele Unternehmen aus. Zusätzlich bedeuten volatile Rohstoffkosten große Herausforderungen für die Lebensmittelbranche. Klimawandel und Wetterkapriolen, internationale Mengen- und Preisschwankungen geben Anlass zur Sorge. Auch die Frage der Rohstoffverfügbarkeit wird die Unternehmen - gerade im Hinblick auf die aktuellen Herkunftsdebatten - weiter in hohem Maße beschäftigen.

Handel innerhalb der EU im ersten Halbjahr 2018 weiter ausgebaut

Die gesamten Agrarexporte Österreichs konnten im ersten Halbjahr 2018 um 4,8 Prozent zulegen und erreichte mit 5,8 Mrd. Euro einen neuen Höchstwert. Traditionell steht dabei der Handel mit unserem Nachbarn Deutschland an der Spitze der Exportstatistik. Im Vergleich der Halbjahre 2017 und 2018 konnte dort eine Steigerung des Exportwertes um sechs Prozent auf knapp über zwei Mrd. Euro erzielt werden. Auf dem zweiten Platz liegt Italien mit 609 Mio. Euro (- 5 Prozent), während Frankreich um 5,6 Prozent auf 137 Mio. Euro zulegen konnte. Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing, sieht Potenziale: „Die SIAL als Weltfachmesse für Ernährung und eine die bedeutendsten Veranstaltungen für die internationale Agrar- und Lebensmittelwirtschaft ist eine gute Gelegenheit, Österreichs Top-Produkte und -Produzenten vor den Vorhang zu stellen. Wir wollen die herausragende Qualität heimischer Lebensmittel als Türöffner für eine weitere Ankurbelung des Exportes nutzen.“

Der Exportmotor Deutschland entwickelt eine hohe Zugkraft für die gesamte EU. Die Exporte der Erzeugnisse der Lebensmittelindustrie zeigen für das erste Halbjahr 2018 mit einem Volumen von 3,5 Mrd. Euro und einem Plus von 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr eine optimistische Entwicklung und das trotz angespannter Märkte im In- und Ausland. Die Exportleistung der Erzeugnisse der österreichischen Lebensmittelindustrie auf dem EU-Markt stieg im ersten Halbjahr 2018 um 8,2 Prozent. Der deutsche Markt wuchs gegenüber dem Vorjahr ebenfalls um 8,2 Prozent auf knapp 1,2 Mrd. Euro. Die Exporte auf den Märkten außerhalb der EU entwickelten sich im ersten Halbjahr 2018 mit einem Plus von 2,1 Prozent unterdurchschnittlich und erreichten ein Volumen von knapp 1,1 Mrd. Euro.

Chancen beim Agrarhandel mit Drittstaaten nutzen

Erst kürzlich hat die Chefin des Internationalen Währungsfonds IWF, Christine Lagarde, auf die Gefahr hingewiesen, dass die positive Entwicklung der Weltwirtschaft durch Handelseinschränkungen wie Zölle, etc. nicht behindert werden darf. „Gut ausverhandelte und tragfähige Handelsabkommen wie CETA oder jenes mit Japan sind daher für eine funktionierende Außenwirtschaft wichtig“, so Koßdorff. Die aktuellen Zahlen für das erste Halbjahr 2018 zeigen, dass die Agrarexporte in die USA insgesamt um 5,6 Prozent auf 472 Mio. Euro zulegen konnten. Rückgänge im Agrarexport waren hingegen mit Kanada (- 11,8 Prozent) und Japan (- 5,6 Prozent) zu verzeichnen, was die Bedeutung der intensiven Bearbeitung dieser sehr kaufkräftigen Märkte belegt.

Wichtige Zukunftsmärkte sind neben den USA und Kanada die Länder in Ostasien mit China, Japan und Südkorea, für einzelne Produkte auch die Golfregion als Gateway nach Indien. Besonders wichtig sind aber auch die nahen Märkte wie der Westbalkan (Serbien) und die Schweiz. Um speziell die Chancen auf diesen Märkten nutzen zu können, dürfen die Anstrengungen für die Ankurbelung der Exportleistungen nicht nachlassen.

Unterstützung durch die Bundesregierung wichtig

Die österreichische Agrar- und Lebensmittelwirtschaft begrüßt jede Initiative Österreichs bzw. der EU, die Chancen für heimische Hersteller auf den Märkten rund um den Globus zu verbessern und setzt sich im Rahmen künftiger Verhandlungen mit Drittstaaten klar für einen sachlichen Diskurs und für die Stärkung des Wirtschaftsstandortes ein.

Dazu Blass und Koßdorff unisono: „Wir wünschen uns von der Bundesregierung, dass sie weiterhin alle Anstrengungen unternimmt, den Exportmotor auf Touren zu halten. Dazu zählen Unterstützungen der Exportaktivitäten österreichischer Hersteller von Agrarwaren, Lebensmitteln und Getränken auf politischer und diplomatischer Ebene sowie auf fachlich-administrativer. Die **Exportinitiative** des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT), die **Internationalisierungsoffensive** des Bundesministeriums für

Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW) sowie die Bemühungen der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA (Außenwirtschaftsorganisation der WKO) müssen weiter gestärkt und für die Zukunft ausgebaut werden. Politisch vom Gas zu gehen, kann sich niemand leisten, dem an den Schlüsselbranchen Landwirtschaft und Lebensmittelverarbeitung etwas liegt. Die Devise im Interesse des Produktions- und Exportstandortes Österreichs kann nur sein: „Volle Kraft in den Export!“

Konkret benennen der Fachverband der Lebensmittelindustrie und die AMA-Marketing gemeinsame Voraussetzungen, die für die Weiterentwicklung der Exporterfolge unerlässlich sind:

Aktuelle BREXIT-Verhandlungen machen Sorgen

Großbritannien zählt zu den wichtigsten Exportmärkten für die österreichische Agrar- und Lebensmittelwirtschaft und ist beim Lebensmittelexport innerhalb der EU nach Deutschland, Italien und Ungarn der viertgrößte Absatzmarkt für die österreichische Lebensmittelindustrie. Das Exportvolumen lag im ersten Halbjahr 2018 bei 90 Mio. Euro. Die aktuelle Situation verunsichert viele EU-Exporthändler und Kunden in Großbritannien. Die österreichische Lebensmittelindustrie erwartet sich daher, dass Großbritannien auch nach dem BREXIT ein attraktiver Absatzmarkt bleibt. Wichtige Zielsetzung der österreichischen Lebensmittelindustrie ist es, dass nach klaren Übergangsregelungen nicht-tarifäre Handelshemmnisse vermieden und bei vielen Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie der zollfreie Marktzugang nach Großbritannien weiterhin bestehen bleibt.

Klares JA der österreichischen Lebensmittelproduzenten zum EU-Japan-Abkommen

Die österreichische Lebensmittelindustrie wünscht sich eine zeitnahe Umsetzung des EU-Japan-Abkommens mit dem Ziel einer nachhaltigen Stärkung des Wirtschafts- und Exportstandortes Österreich. Vor 150 Jahren starteten die Handelsbeziehungen zwischen Japan und Österreich. Dieses Jubiläum wird in Japan als „Österreich-Jahr“ gefeiert. Mit der voraussichtlichen Anwendung des EU-Japan-Abkommens Anfang 2019 wird es zusätzliche Exportchancen für österreichische Unternehmen bringen.

Offensive in der EU-Handelspolitik

Weil der Preisdruck am Inlandsmarkt enorm ist, hat der Export hohe Bedeutung und sichert Jobs und Wachstum in der heimischen Agrar- und Lebensmittelwirtschaft. EU-Abkommen, die Türen auf anderen Märkten aufstoßen, sind daher essentiell. Die österreichische Lebensmittelwirtschaft begrüßt bilaterale Vereinbarungen der EU, die faire Wettbewerbsbedingungen für beide Seiten sicherstellen und in denen EU-Standards berücksichtigt werden. Das trifft unter anderem auf das EU-Kanada-Abkommen (CETA) zu. Es wird einerseits für viele Lebensmittel und Getränke aus Österreich Absatzchancen am kanadischen Markt bringen. Andererseits nimmt es auf sensible Agrarwaren und Lebensmittel durch einen schrittweisen Zollabbau (bis zu acht Jahren), durch Einfuhrkontingente beziehungsweise durch den Ausschluss von sehr sensiblen Produkten Rücksicht.

Österreich auf der SIAL

Vom 21. bis 25. Oktober 2018 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 Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW) und der Wirtschaftskammer Österreich – den „Österreich-Auftritt“ auf mehreren Österreich-Ständen auf dieser Leitmesse.

Von der SIAL 2018 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.

Halle 1, Internationale Länderbeteiligungen

Halle 5a, Bioprodukte

Halle 5b, Getränke

Halle 6, Fleischprodukte

Halle 7, Käse- und Milchprodukte/Gruppenstand Agrarmarkt Austria

Rückfragehinweise:

Dr. Michael Blass
Geschäftsführer Agrarmarkt Austria Marketing GmbH
Tel.: +43 1 33151
michael.blass@ama.gv.at

DI Manuela Schürr
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel.: +43 1 33151
manuela.schuerr@ama.gv.at

Mag. Katharina Koßdorff
Geschäftsführerin im Fachverband der Lebensmittelindustrie
Tel.: +43 1 712 21 21 – 14
k.kossdorff@dielebensmittel.at

DI Oskar Wawschinek MAS MBA
Food Business Consult
Pressesprecher für den Fachverband der Lebensmittelindustrie
Mobil: +43 664 545 63 50
office@foodbusiness.at