

VLI-Frühjahrstagung

21. April 2015

„Wachsende Märkte im Asien – Chancen für die europäische Agrar- und Ernährungswirtschaft“

Stichwortkonzept

1. Einleitung:

- Der deutsche Agrarexport ist die **Erfolgsgeschichte** der vergangenen Jahre.
- Wertmäßig haben wir unsere Agrarausfuhren in den letzten 15 Jahren **nahezu verdreifacht** auf 66,7 Mrd. Euro im Jahr 2014 (im Vergleich: 1999 noch 24,9 Mrd. Euro).
- Produkte „**Made in Germany**“ sind mehr gefragt denn je. Unsere Produkte genießen im Ausland bis in den fernen Osten eine hohe Wertschätzung aufgrund ihrer Vielfalt, ihrer Qualität und ihrer Sicherheit.
- Wir dürfen eines nicht verkennen: Die **Nachfrage nach Agrarprodukten wächst weltweit**, aber kaum noch in der EU oder in Deutschland.

- Für mich steht ganz klar fest: **Der unternehmerische Erfolg von morgen** ist untrennbar mit dem zentralen Fragenkomplex verbunden:
 - Wie wird sich der Markt weiterentwickeln, wenn in Deutschland und Europa die Bevölkerung stagniert und altert, dafür aber in Afrika und insbesondere Asien deutlich steigen wird und eine wachsende Kaufkraft entwickelt?
 - Wie können wir als Teil einer internationalen Wertschöpfungskette hier unsere Stärken behaupten?
- Binnenhandel ist nicht vom Export zu trennen; Stichwort: **Wettbewerbsverzerrung**:
 - Durch überhöhte Tierschutzdiskussion und
 - Politischer Regulierungswut bei der Zulassung von GVO für Import
 - Voraussichtlich zum 15.04. Verordnungsvorschlag der EU-Kommission zur Nationalisierung („Opt-out“) bei der Importzulassung
 - negative Folgen für Internationalen Getreidehandel, Futterwirtschaft und Veredlungswirtschaft

2. Warum Wachstumsmarkt Asien?

- **Derzeit** leben in Asien vier Milliarden Menschen, somit **fast 60 Prozent der Weltbevölkerung**.
- Wir alle kennen die Prognosen, wonach **2050 9 Milliarden Menschen** die Erde bevölkern werden. Davon werden aber allein **5,2 Milliarden auf dem asiatischen Kontinent** leben (Ursachen: hohe Geburtenrate, gestiegene Lebenserwartung).
- **Steigende Einkommen**: Die asiatische Mittelschicht zeigt höhere Bereitschaft mehr für Lebensmittel zu bezahlen.
- Während sich der **Fleischkonsum** in Deutschland leicht rückläufig entwickelt, wird z.B. für **China** ein **Wachstum** prognostiziert. Bis 2023 soll sich der Fleischkonsum in China, vor allem für Geflügel- und Schweinefleisch, um etwa 8 kg/Kopf erhöhen.

- Ein weiterer Trend: **Importierte Lebensmittel** werden insbesondere von Chinesen aufgrund der Vielzahl heimischer Lebensmittelskandale (Melamin in Babynahrung) bevorzugt.
- Vor diesem Hintergrund eröffnet sich für Deutschland und Europa eine Vielzahl neuer Exportmöglichkeiten.
- Nach wie vor ist der **Handel mit den asiatischen Ländern noch von geringerer Bedeutung**, jedoch stark wachsend:
 - EU-Länder sind die wichtigsten Kunden für Deutschland im Agrarhandel (77 Prozent aller deutschen Agrarausfuhren in 2013).
 - Der asiatische Kontinent folgt an zweiter Stelle mit 8 Prozent aller Agrarexporte (5,3 Mrd. Euro 2013).
 - Im Handel mit Drittländern konnten in den letzten Jahren Exportsteigerungen erzielt werden (+2 Prozent in 2013), ist aber deutlich ausbaufähig.

3. Erwartungen an die Politik

- Wenn der Auslandsmarkt immer bedeutsamer wird, müssen wir uns die Frage stellen, ob und inwieweit unsere Strukturen weiterentwickelt werden müssen.
- Der **Agrarhandel ist trotz Marktliberalisierung weiterhin ein stark reglementierter Bereich** – Produktstandards, Gesundheitsschutz etc.
- Der **russische Importstopp** hält die gesamte Branche seit dem 7. August 2014 in Atem. Dies war und ist umso gravierender, da wir im letzten Jahr in vielen Bereichen eine Rekordernte verzeichnen konnten.
- Die russische (politisch und nicht fachlich motivierte) Einfuhrbeschränkung hat uns vor Augen geführt, dass die Erschließung neuer Drittlandmärkte höchste Priorität haben muss.

- Diversifizierung von Absatzmärkten ist eine wichtige unternehmerische Zukunftsstrategie.
- Nichttarifäre Handelshemmnisse wie auf dem Zukunftsmarkt Asien erschweren jedoch massiv den Export unserer hochwertigen Produkte.
- Ich begrüße es, dass Bundesagrarminister Christian Schmidt und sein Haus sich intensiv für die Öffnung neuer Märkte einsetzen.
- Das zeigt auch der zielgerichtete Ausbau des BMEL im Bereich der Exportförderung mit der Einrichtung der neuen Stabsstelle „Koordinierung Agrarexport“ im Herbst 2014.
- Für die Zukunft ist es z.B. von entscheidender Bedeutung, phytosanitäre Bedenken wichtiger Exportdestinationen durch fundierte wissenschaftliche Analysen auszuräumen.
- Der DRV hat deshalb nachdrücklich gefordert, das Engagement von Seiten des Bundeslandwirtschaftsministeriums und seiner nachgeordneten Behörden zur Erstellung geeigneter Risikoanalysen zügig voranzutreiben. Wir als Wirtschaft stellen dabei unsere Expertise zur Verfügung.
- Erst im März haben wir eine **entscheidende Hürde zur Erschließung neuer Märkte** genommen.
 - **Vertragsunterzeichnung zwischen dem Julius Kühn-Institut und den Apfelerzeugerorganisationen**
 - Gegenstand der Vereinbarung: Erstellung von Gutachten zu pflanzengesundheitlichen Risikoanalysen, die für den Export in Drittländer erforderlich sind
 - 9 Zielländer: China, Taiwan, Südkorea, Indien Thailand, Vietnam sowie Brasilien, Kanada und Südafrika

- Neben diesen nationalen Lösungen bin ich der festen Überzeugung: **Europa muss sich als Ganzes dem Wettbewerb auf den internationalen Märkten stellen.**
 - Der DRV tut dies durch seine kontinuierliche Mitarbeit in den Gremien der COPA/COGECA auf europäischer Ebene.
- Damit die Wirtschaft Auslandsmärkte erfolgreich bedienen kann, ist sie für die Unterstützung aus den Reihen der Politik sehr dankbar.
- Aber eines ist sicher: Die **EU muss sich politisch viel stärker für den Agrarexport engagieren, damit sich die europäischen Unternehmen im Wettbewerb behaupten können.**
- Bilaterale Handelsabkommen können dies unterstützen.
- Das erst kürzlich geschlossene **EU-Freihandelsabkommen** mit Südkorea hat positiven Effekt auf deutschen Agrarexport:
 - Deutsche Schweinefleischexport nach Südkorea: von 38.000 t in 2012 auf 75.000 t in 2014
- Lassen Sie uns weiter gemeinsam daran arbeiten, dass immer mehr Verbraucher weltweit sichere und qualitativ hochwertige Produkte aus Europa genießen können.
- Der vieldiskutierte **Wegfall der Milchquotenregelung** ist für mich letztendlich ein wichtiges **Etappenziel** für eine noch **stärkere Marktorientierung der europäischen Agrarpolitik.**
- **Perspektive:** LEH-Bedarf gilt es zu sichern; aber: mehr Produktion darf nicht zu Preisdruck führen
 - Exportinitiativen der Unternehmen müssen sich stärker entwickeln