

Konzeption einer Exportoffensive der sächsischen Ernährungswirtschaft (verkürzte Fassung)

Stand: März 2010

Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung
2. Sächsischer Außenhandel mit Waren der Ernährungswirtschaft
3. Marktchancen der sächsischen Ernährungswirtschaft
4. Zielstellung für die sächsische Ernährungswirtschaft
5. Marketing-Maßnahmen in ausgewählten Ländern
6. Zusammenfassung

1. Einleitung

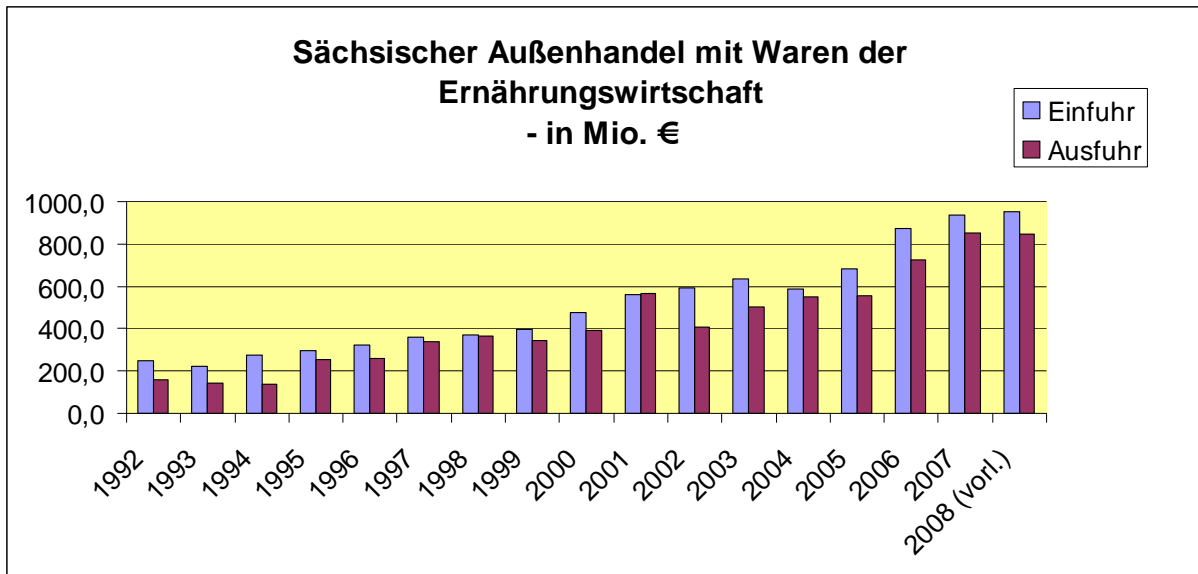
Die sächsische Ernährungswirtschaft gehört zu den stärksten Gewerbebranchen innerhalb des verarbeitenden Gewerbes, zu dessen Gesamtumsatz sie im Jahr 2008 mit 14,0 % beitrug. Ihr Umsatz hat sich seit 1990 mehr als verdoppelt. Sogar mehr als verdreifacht hat sich die Produktivität bezogen auf den Umsatz pro Beschäftigten – mit weiter steigender Tendenz.

Der Export von sächsischen Waren der Ernährungswirtschaft bietet jedoch noch große Reserven. Während die Exportquote der sächsischen Ernährungswirtschaft (Betriebe des Ernährungsgewerbes und der Tabakverarbeitung ab 20 Beschäftigten) im Jahr 2008 bei 6,6% lag, betrug die bundesweite Exportquote mit 16,6% mehr als das Doppelte.

Ziel der Exportoffensive ist daher die Steigerung der sächsischen Ausfuhren. Die Konzeption gibt einen Überblick über die Maßnahmen zur Unterstützung der Markterschließung in ausgewählten Ländern in Zusammenarbeit mit der sächsischen Ernährungswirtschaft und weiteren Institutionen.

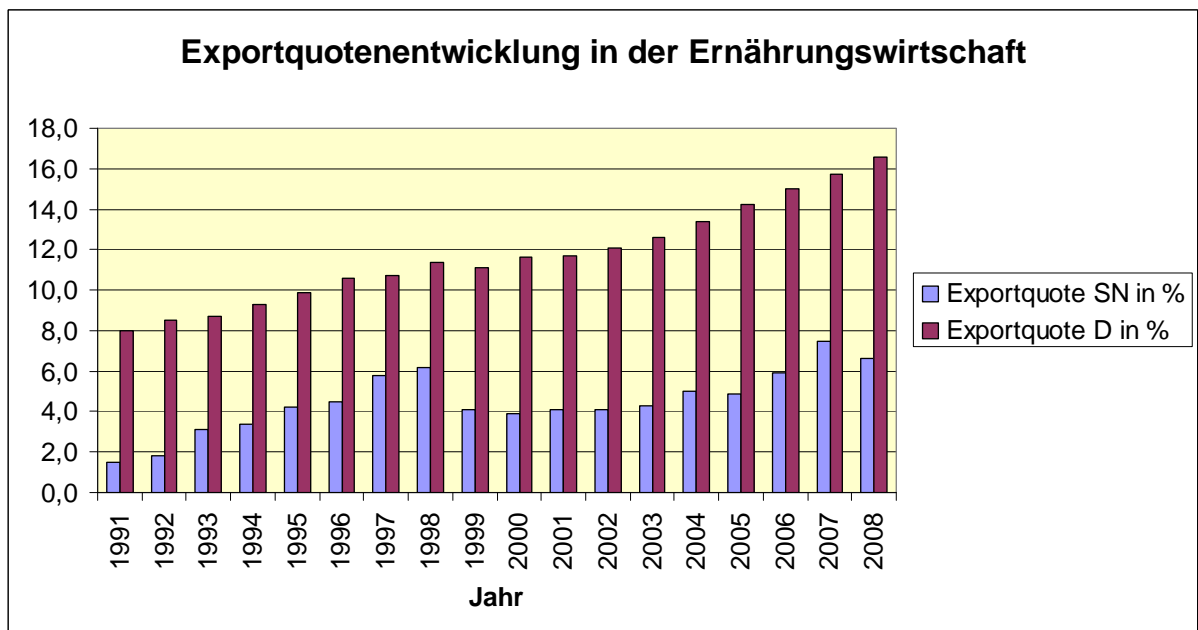
2. Sächsischer Außenhandel mit Waren der Ernährungswirtschaft

Der Export von Waren der Ernährungswirtschaft hat sich nach der Außenhandelsstatistik in den letzten 10 Jahren von 350 Mio. € im Jahr 1998 auf 844 Mio. € im Jahr 2008 (vorläufige Zahlen) mehr als verdoppelt. Der Import dieser Waren nach Sachsen stieg im selben Zeitraum von 326 Mio. € auf 951 Mio. € noch stärker an (siehe Darstellung).



Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

Die Exportquote (Unternehmensstatistik ab 20 Beschäftigten) verbesserte sich in diesem Zeitraum ebenfalls von 6,2 auf 6,6 %, konnte damit aber nicht mit der bundesweiten Entwicklung mithalten (siehe Darstellung Exportentwicklung; SN: Sachsen, D: Deutschland).



Quellen: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen und Statistisches Bundesamt
Exportquote: $\text{Auslandsumsatz} / \text{Gesamtumsatz}$ in %; nur Betriebe in der Regel ab 20 Beschäftigten

Aus der nachfolgenden Darstellung ist der „Anteil der Warengruppen am Export der sächsischen Ernährungswirtschaft im Jahr 2007“ ersichtlich. Milcherzeugnisse (einschl. Käse und Butter) nahmen mit 44,2 % dabei den größten Anteil am Gesamtexport ein. Exportiert wurden die Waren überwiegend in europäische Staaten, vorwiegend EU-Mitgliedsländer.

Anteil der Warengruppen am Export der sächsischen Ernährungswirtschaft im Jahr 2007 (nach Kontinente; EGW 1 - 4)

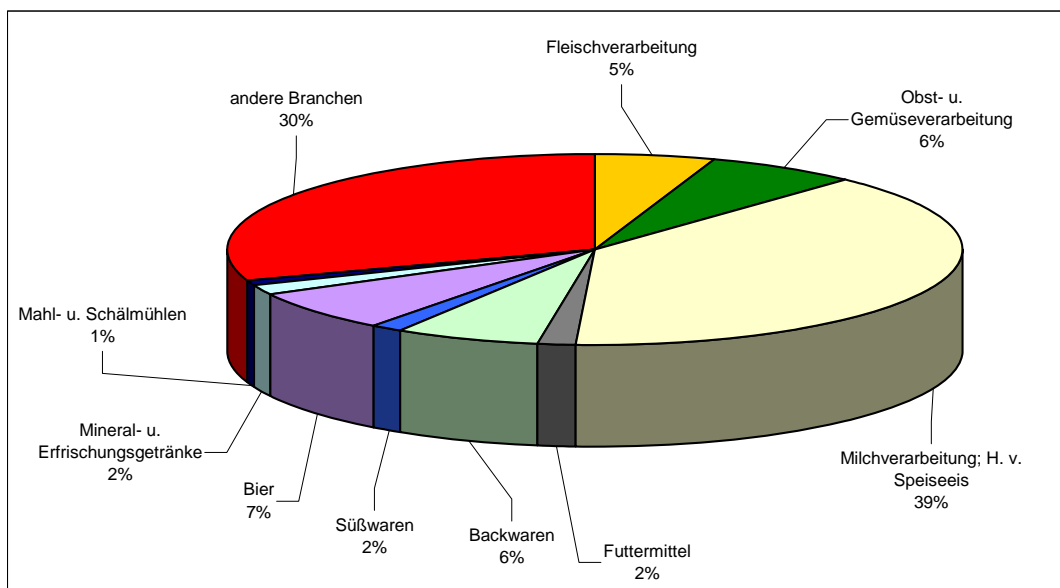
Außenhandel	Ernährungs- gewerbe gesamt	davon			
		Lebende Tiere EGW1	Nahrungsmittel tierischen Ursprungs EGW2	Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs EGW3	Genussmittel EGW4
Tausend Euro					
Insgesamt	821.733	25.697	421.856	303.403	70.777
darunter:					
Europa	753.782	24.969	397.606	275.253	55.954
EU-Mitgliedsländer	708.117	16.569	381.603	259.655	50.290
Europa ohne EU- Mitgliedsländer	45.665	8.400	16.003	15.598	5.664
Afrika	3.025	182	780	1.950	113
Amerika	11.854	393	1.515	7.439	2.507
Asien	38.828	155	21.954	11.711	5.008
Australien, Ozeanien und übrige Gebiete	14.220	-	-	7.032	7.188

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen

3. Marktchancen der sächsischen Ernährungswirtschaft

Der Umsatz der sächsischen Ernährungswirtschaft wird maßgeblich mit von den großen Branchen Milchverarbeitung, Schlachten und Fleischverarbeitung, Obst- und Gemüseverarbeitung, Bierherstellung sowie Backwaren erzielt (zusammen 68 % im Jahr 2008 – siehe Darstellung). Durch statistische Effekte (Ausweisung von Betriebsumsätzen, die zu Konzernen gehören) wird jedoch der Umsatz der Milchverarbeitung erhöht. Ferner gibt es in Sachsen in anderen Branchen relativ wenig exportstarke Unternehmen. Dies führt dazu, dass die sächsische Exportquote deutlich hinter der bundesweiten zurückbleibt.

Anteil der Wirtschaftszweige am Gesamtumsatz der sächsischen Ernährungswirtschaft 2008



Quelle: Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen

Aus der Unternehmensstatistik von 2007 und 2008 ist ermittelbar, dass fast ausschließlich Unternehmen ab 50 Beschäftigten exportieren. Erst ab dieser Beschäftigtenanzahl scheint das Unternehmen stark genug für den Export zu sein. Maßgeblich bestimmen daher große Unternehmen den sächsischen Exporterfolg. Diese Unternehmen sind bereits in vielen Ländern bzw. Weltregionen vertreten.

Für die kleinen bis mittleren Unternehmen heißt es Exportstrategien zu entwickeln, die unter Berücksichtigung des Aufwand-/Nutzen-Verhältnisses ebenfalls zum Erfolg führen. Für sächsische Unternehmen, die über hochveredelte Produkte, Spezialitäten oder gar Innovationen verfügen, sollte auch ein Eintritt auf ausländischen Märkten erfolgreich gestaltbar sein.

4. Zielstellung für die sächsische Ernährungswirtschaft

In Übereinstimmung mit den Leitlinien zur Außenwirtschaft im Freistaat Sachsen der Außenwirtschaftsinitiative Sachsen (AWIS) soll

- die Zahl der sächsischen Unternehmen, die exportieren,
- die Exportquote und der
- Internationalisierungsgrad der Unternehmen

kontinuierlich erhöht werden.

Speziell für die sächsische Ernährungswirtschaft wird in den nächsten Jahren eine Erhöhung der Exportquote auf 10 % angestrebt. Dies stellt vor dem Hintergrund der noch immer anhaltenden internationalen Wirtschafts- und Finanzmarktkrise, einem ungewissen Dollarkurs und wahrscheinlich wieder mittelfristig steigenden Energiekosten schon eine große Herausforderung dar.

5. Marketing-Maßnahmen in ausgewählten Ländern

Zur Unterstützung ihres Exportes stehen den Unternehmen schon jetzt eine Vielzahl von Programmen und Institutionen zur Verfügung. Neben der SMUL-Unterstützung sind dies vor allem der Exportservice/-programme des BMELV, der German Export Association for Food and Agri Products (GEFA), der IHK's und AHK's, des SMWA, der Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH, des BMWi und der KfW. Allein die Sammlung und gezielte Weitergabe der Informationen an die einzelnen Unternehmen leistet bereits eine wirksame Unterstützung. Eine branchenübergreifende Informationsplattform wurde mit dem Informationsportal iXPOS (www.ixpos.de) zwar seit 2001 auf Initiative des BMWi geschaffen, erlangte bis heute aber nur einen relativ geringen Bekanntheitsgrad und aufgrund ihrer Fülle sind Informationen auch nicht immer einfach abrufbar.

Eine weltweite Export-Unterstützung ist aufgrund begrenzter Ressourcen nicht leistbar. Daher wird sich das SMUL mit den anderen Beteiligten auch gestützt auf die aktuellen Ergebnisse der jährlichen Unternehmensbefragung des Sächsischen Landesamtes für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie (LfULG) auf

- a. Staaten in Westeuropa (Niederlande, Frankreich, Italien, Spanien, Großbritannien)
- b. Staaten in Mittel- und Osteuropa (Österreich, Polen, Tschechien, Russland, Ungarn) sowie
- c. Staaten mit steigender Wirtschaftsleistung (China, Vereinigte Arabische Emirate)

konzentrieren.

Eine Voraussetzung zur Umsetzung der nachfolgenden Aktivitäten ist die Bereitstellung der nötigen Haushaltsmittel und des für die Maßnahmen erforderlichen Personalbedarfes.

Folgende Aktivitäten werden gemeinsam mit anderen Beteiligten initiiert:

1. Ausbau der Teilnahme an ausländischen Messen
2. Präsentationen/Kontaktbörsen mit dem Lebensmittelhandel im Zielland
3. Einladung von Importeuren und Einkäufern des Lebensmittelhandels z. B. zu Messen oder sächsischen Ausstellerabenden
4. Veranstaltungen/Workshops und Informationen für die sächsische Ernährungswirtschaft
5. Flankierende Untersuchungen und Analysen
6. Teilnahme an Wirtschaftsdelegationen und Veranstaltungen mit politische Führungskräften

6. Zusammenfassung

Der im bundesdeutschen Vergleich bisher niedrige Export der sächsischen Ernährungswirtschaft soll mit gezielten Aktivitäten in sechs Bereichen auf ausgewählten Märkten in den nächsten Jahren gesteigert werden. Dies soll unter Einbindung aller in diesem Bereich bereits bestehender Fördermöglichkeiten/Aktivitäten anderer Institutionen geschehen.

Für engagierte sächsische Unternehmen, die hochveredelte und innovative Produkte oder Spezialitäten herstellen, sollten trotz der derzeitigen Unsicherheiten aufgrund der Wirtschafts- und Finanzkrise mittel- bis langfristig gute Chancen auf den ausländischen Märkten bestehen. Dieses Potential soll im Rahmen der Exportoffensive aufgegriffen werden um eine deutliche Ausweitung des Exportes zu erreichen.