

Neue Märkte und Exportstrategien für die Agrar- und Lebensmittelwirtschaft

Tag der OÖ Lebensmittel 2016
7. Juni 2016 in der WK OÖ

Josef DOMSCHITZ
Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie

Die österreichische Lebensmittelindustrie (Auszug)



Josef Domschitz
FV der Lebensmittelindustrie

Die Lebensmittelindustrie

Die österreichische Lebensmittelindustrie

- „BIG 5“ der österreichischen Industriezweige
 - über 30 Berufsgruppen
 - 210 Unternehmen
 - 26.200 Beschäftigte
 - 8 Mrd. € Produktionsvolumen
 - 6 Mrd. € Exportvolumen (über 60 % Exportquote)
 - rund 90 % der Unternehmen sind KMU
- Europäische Lebensmittelindustrie ist größte Industriebranche in der EU

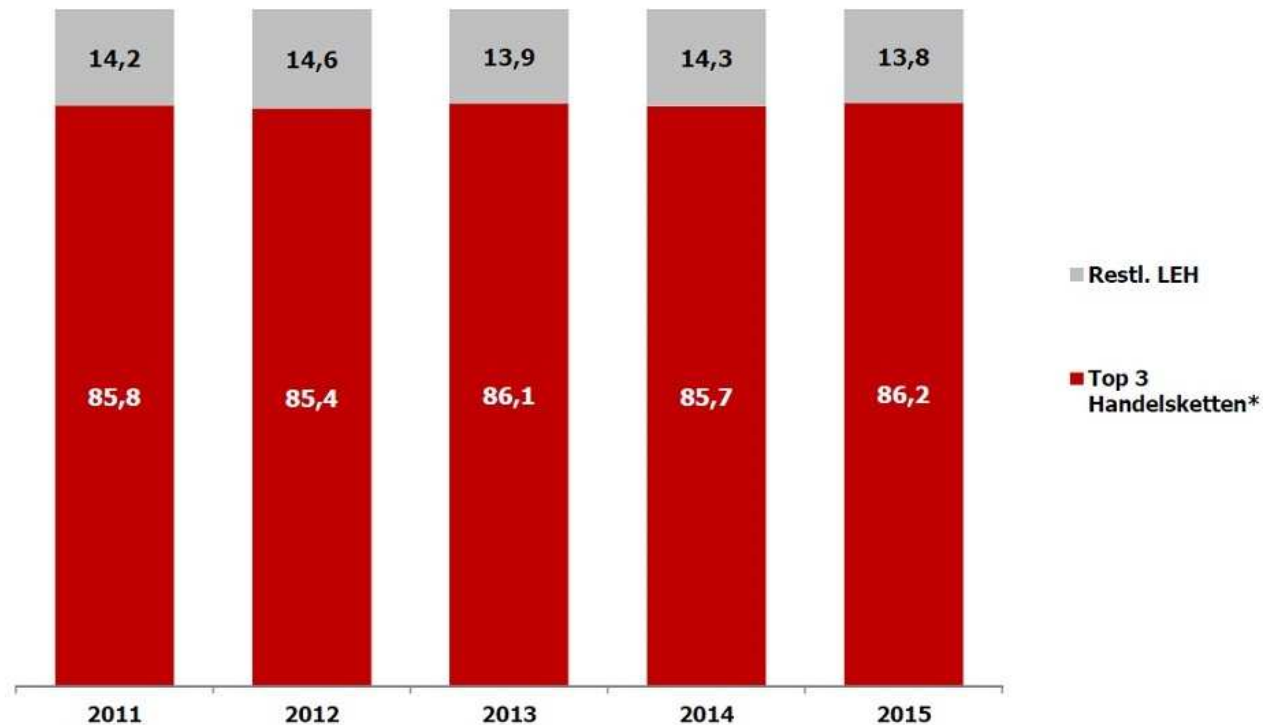


Herausforderungen 2015/2016

- Heimmarkt
- Preisdruck (tierische Erzeugnisse)
- „Wüsten“-Sommer / Spätfrost
- Ausflugswetter, Tourismus, Fußball-EM
- Außenhandel / Export

Handelskonzentration in Österreich

Handelskonzentration - Top 3 Marktanteil Wert in %



RollAMA Warengruppen: Weiße und Bunte Palette, Käse, Gelbe Fette, Fleisch & Geflügel, Wurst & Schinken, Frisch-/TK-/Sterilobst & -gemüse, Eier, Fertiggerichte, exkl. Brot

gfk keyQUEST
Marktforschung

*Hofer / REWE Gruppe / SPAR Gruppe

Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, n=2.800 Haushalte in A



LEH - Schlacht um Marktanteile



Eigenmarken - Vielfalt

Genießen Sie unsere Pasta-Vielfalt!

Bei SPAR findet jeder, was ihm am besten schmeckt: Egal, ob der kleine Preis, die große Marke, der exklusive Genuss oder ein besonderes Ernährungsbedürfnis im Vordergrund steht - bei SPAR treffen Sie immer die beste Wahl!

Die **BESTE WAHL** für jeden Geschmack und jedes Börserl!

The advertisement displays six different pasta packages from the SPAR brand. From left to right: 1. 'BUDGET SPAGHETTI' in a green and white package, 1kg. 2. 'PASTA ITALIANA SPAGHETTI' in a red and white package, 500g. 3. 'Vital SPAGHETTI PASTA' in a green and white package, 500g. 4. 'Bio-Pasta' in a blue and green package, 500g. 5. 'SPAGHETTI ALLA CHITARRA' in a black and white package, 500g. 6. 'free from Spaghetti' in a green and white package, 500g. A yellow tag with a red ribbon is attached to the Vital package, stating 'Die BESTE WAHL für jeden Geschmack und jedes Börserl!'. The background is a blurred green field.

LEH - Schlacht um Marktanteile

DAUER-SPAR-PREISGARANTIE
★
LIEBLINGSMARKEN
IMMER BILLIG!
AB SOFORT!

ÜBER 2.000 ARTIKEL
AUF DAUER PREISGESENKT

Angebote gültig von
Do., 7. April bis
Mi., 13. April 2016

(ausgenommen Rabatte, 3-Tages-Aktion, Truthahn Innenfilet- und Hofstädter Schweinefleisch-Aktionen)

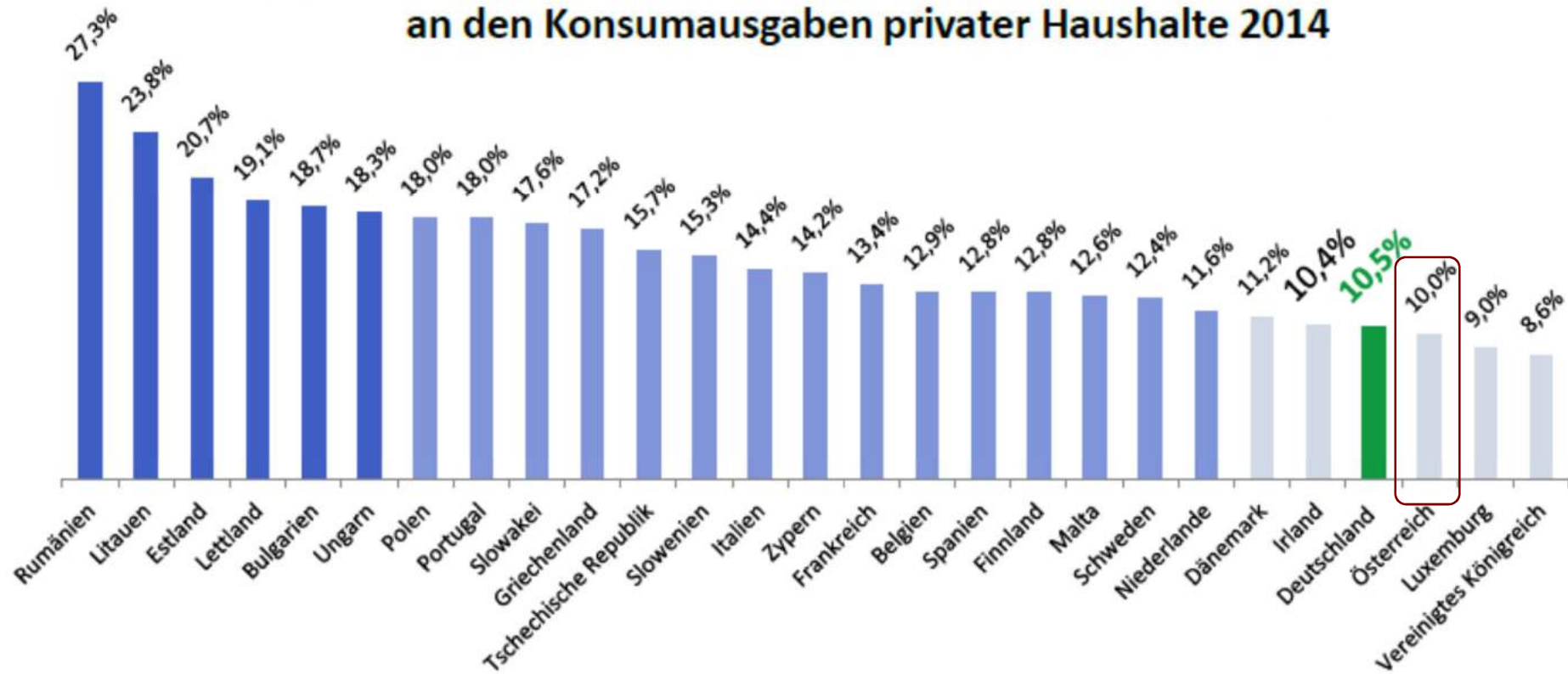


sagt der Hausverstand.

ÜBER 2000 MARKENARTIKEL
DAUERHAFT BILLIG!

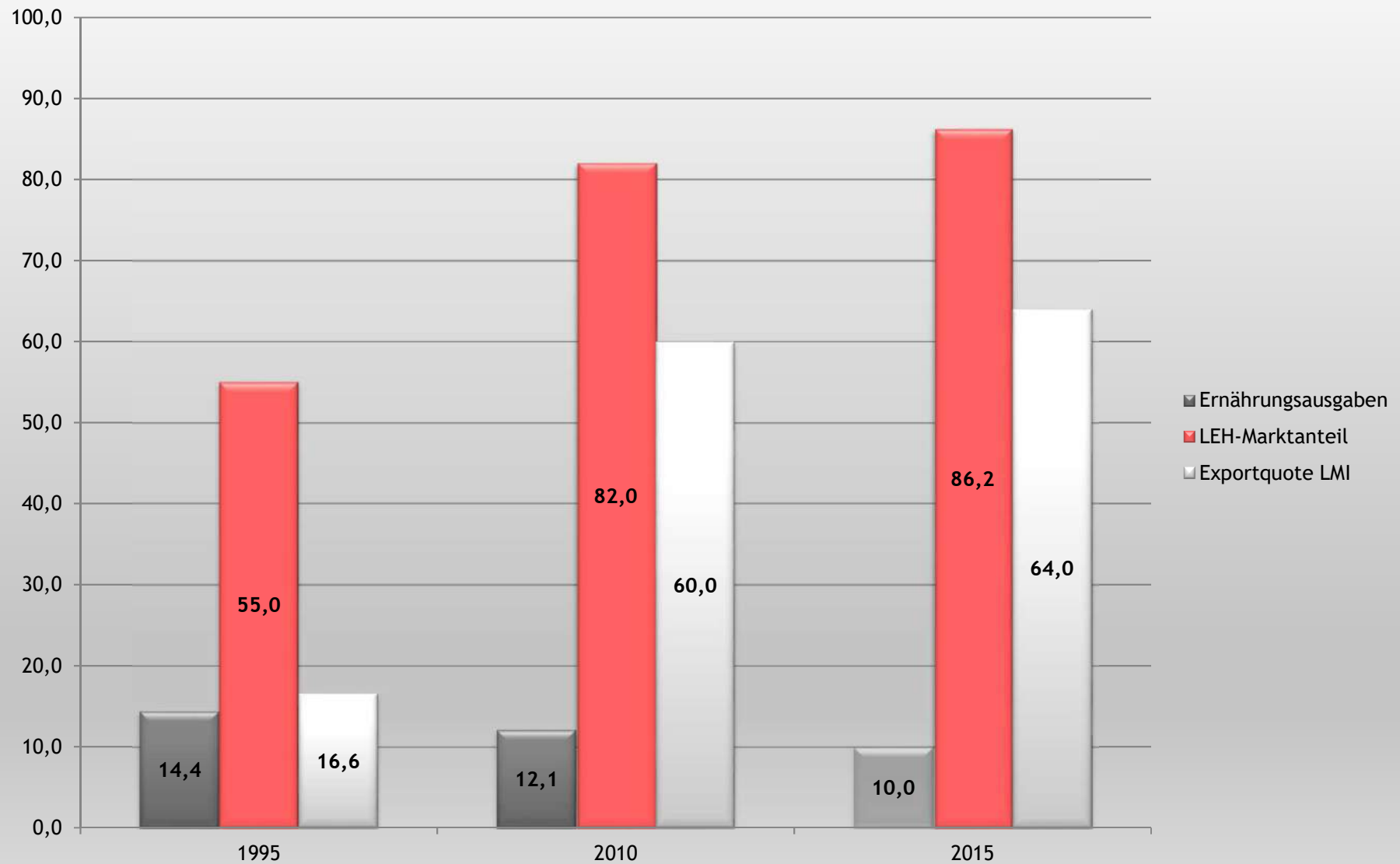


Anteil der Ausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke an den Konsumausgaben privater Haushalte 2014



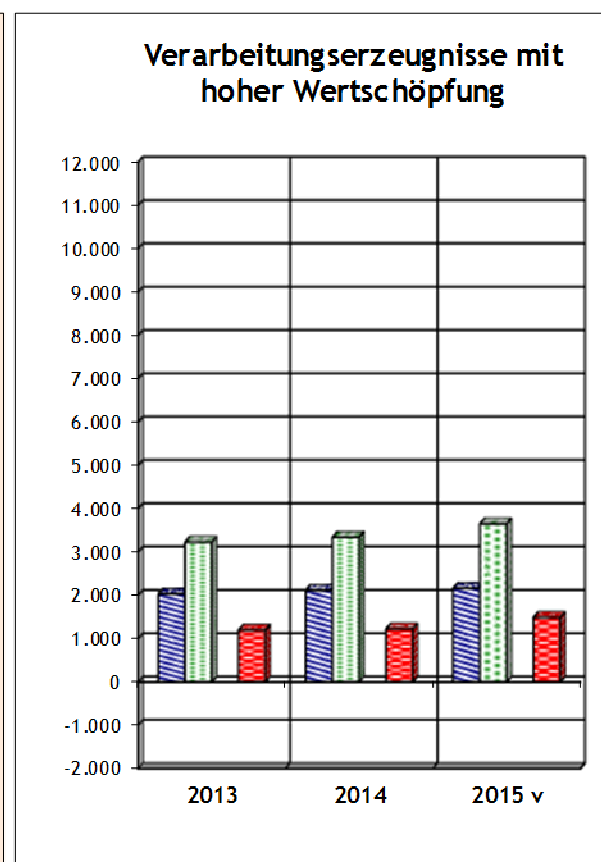
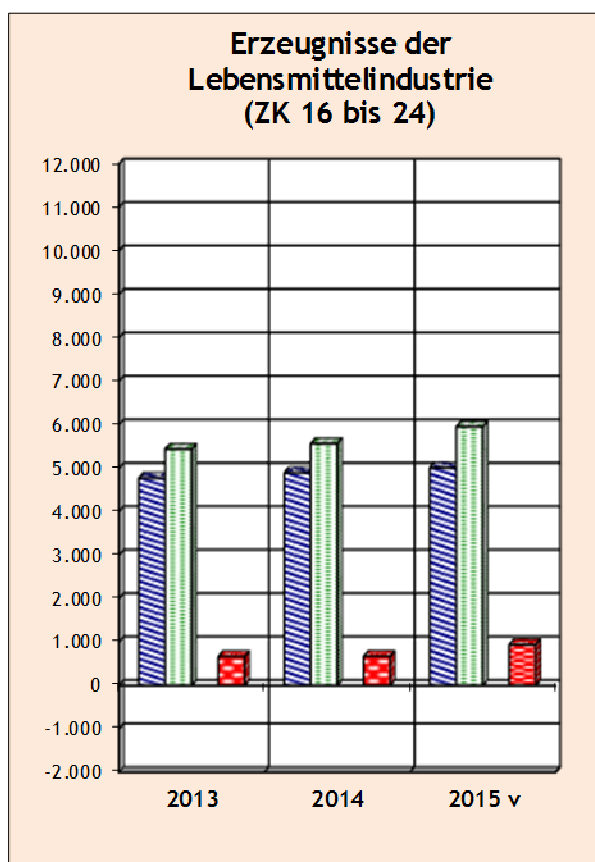
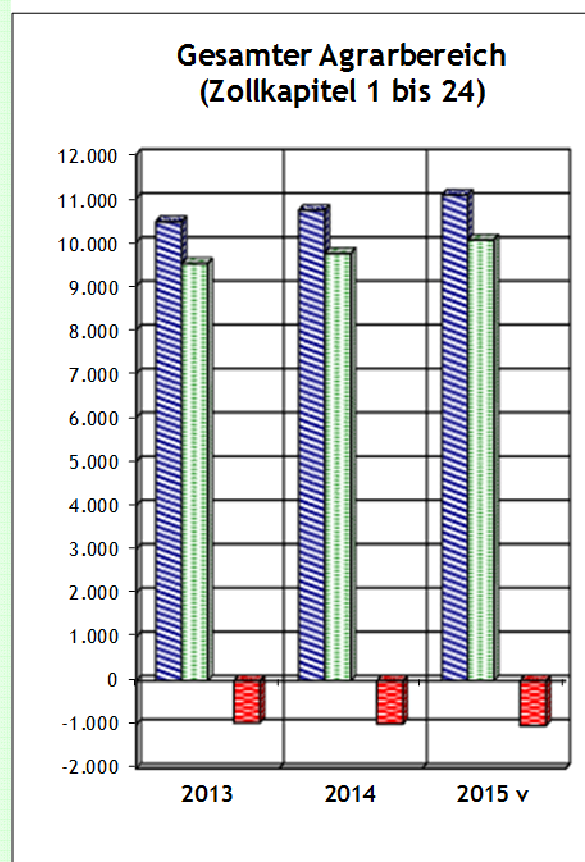
Quelle: Eurostat

Ernährungsausgaben - LEH-Marktanteil - Exportquote LMI



DER AUSSENHANDEL ÖSTERREICHS INSGESAMT 2013 bis 2015 v

Werte in Mio. €	Agrarbereich (1-24)			Erzeugnisse der LMI			Nicht-Anhang I-Waren		
	2013	2014	2015 v	2013	2014	2015 v	2013	2014	2015 v
EINFUHREN	10.470	10.728	11.078	4.771	4.897	5.012	2.032	2.117	2.163
AUSFUHREN	9.515	9.746	10.055	5.436	5.567	5.953	3.229	3.343	3.653
AH - BILANZ	-955	-983	-1.023	665	670	941	1.197	1.226	1.490



Quelle: Statistik Austria

Erstellt: Fachverband der Lebensmittelindustrie

EXPORTE 2015v - Anteil Drittstaaten (Werte in Mio. €)



Warenbereich	GESAMT	DRITTSTAATEN °)	Anteil %
Agrarbereich komplett (Zollkapitel 1 - 24)	10.055	2.371	23,6
Erzeugnisse der Lebensmittelindustrie (ZK 16-24)	5.953	1.805	30,3
Nicht-Anhang I-Waren *)	3.653	1.426	39,0

°) Drittstaaten exkl. "EU 27"

*) **landwirtschaftliche Verarbeitungserzeugnisse mit hoher Wertschöpfung**

Quelle: Statistik Austria, FV der Lebensmittelindustrie

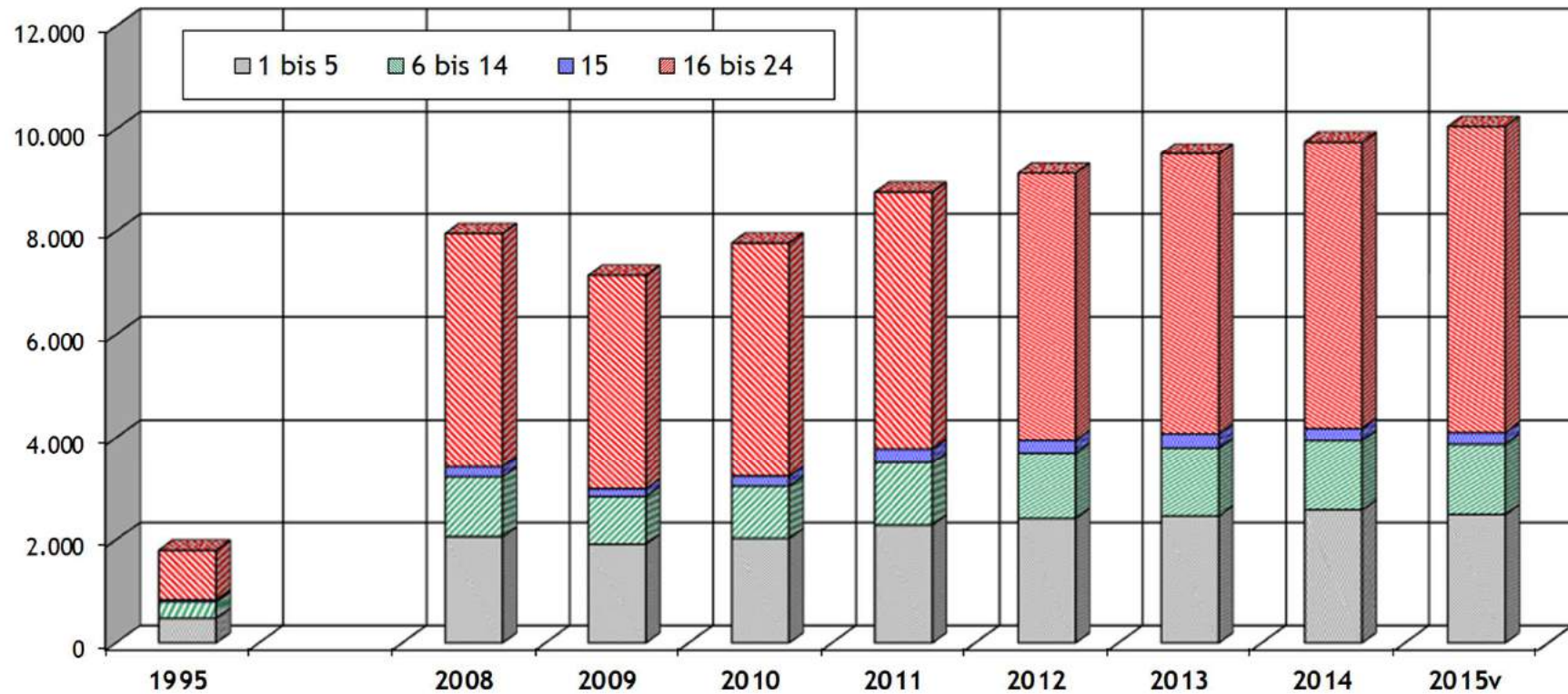
Zollanmeldungen in Österreich:

- Insgesamt: 4,7 Mio. (+ 5,9 %)
- Export: 1,6 Mio. (+ 3,1 %)

Die AGRAREXPORTE ÖSTERREICHS - INSGESAMT

(Wertangaben in Mio. EURO)

Zollkap.	Abschnitte des Zolltarifs	1995	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015v	14-15 %
1-5	Lebende Tiere, Waren tierischen Ursprungs	476	2.061	1.917	2.027	2.291	2.418	2.465	2.584	2.492	-3,5
6-14	Waren pflanzlichen Ursprungs	319	1.169	927	1.019	1.217	1.284	1.334	1.364	1.385	1,6
15	Tierische & pflanzl. Fette & Öle, Speisefette, Wachse usw.	44	197	151	199	273	250	280	231	225	-2,9
16-24	Erzeugnisse der Nahrungsmittelind.; Getränke, alkoholische Flüssigkeiten, Essig; Tabak	959	4.532	4.154	4.529	4.979	5.180	5.436	5.567	5.953	6,9
1-24	AGRAREXPORTE INSGESAMT	1.799	7.960	7.150	7.774	8.760	9.132	9.515	9.746	10.055	3,2
<i>Exportanteil des Bereiches 16-24 in %</i>		<i>53,3</i>	<i>56,9</i>	<i>58,1</i>	<i>58,3</i>	<i>56,8</i>	<i>56,7</i>	<i>57,1</i>	<i>57,1</i>	<i>59,2</i>	



Quelle: Statistik Austria

Erstellt: Fachverband der Lebensmittelindustrie

EXPORTE ÖSTERREICHS

ERZEUGNISSE DER LEBENSMITTELINDUSTRIE (ZK 16 bis 24)

(Volumen in Mio. €)

	2014	2015 v	V% 14-15v
GESAMT	5.567	5.953	6,9
DEUTSCHLAND	1.865	2.002	7,4
EU 27	3.915	4.148	6,0
EU 13	922	924	0,2
EUROPA exkl. EU 27	570	542	-5,0
EUROPA Gesamt	4.485	4.689	4,6
DRITTSTAATEN Gesamt	1.653	1.805	9,2
DRITTSTAATEN außerhalb Europas	1.082	1.263	16,7
U S A	437	612	40,0

Quellen: Statistik Austria, FV der Lebensmittelindustrie

Erzeugnisse der Lebensmittelindustrie (ZK 16 bis 24) Exportentwicklung in die DRITTSTAATEN Österreichs

		2013	2014	2015 v	VÄ % 14-15v	Anteil %
1	USA	437,7	437,0	611,9	40,0	10,3
2	Schweiz	256,0	260,1	286,5	10,1	4,8
3	Russland	132,6	111,8	71,1	-36,4	1,2
4	Australien	44,3	46,1	53,4	15,9	0,9
5	Türkei	30,5	37,3	49,8	33,4	0,8
6	China	27,9	35,0	36,2	3,6	0,6
7	Saudi-Arabien	30,0	30,4	34,7	14,4	0,6
8	Vereinigte Arab. Emirate	30,5	35,4	32,9	-7,1	0,6
9	Brasilien	38,7	42,8	32,4	-24,3	0,5
10	Japan	29,1	39,0	32,2	-17,3	0,5
15 DRITTSTAATEN		1.057	1.075	1.241	15,5	20,8
Exporte GESAMT		5.436	5.567	5.953	6,9	100,0

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, FV der Lebensmittelindustrie

Agrar- und Lebensmittelbereich (ZK 1 bis 24) - Exportentwicklung bei wichtigen Warengruppen

Warenbezeichnung (Zollkapitelnummer)	2013 Mio. €	2014 Mio. €	2015v Mio. €	Anteil % 2015v	VÄ % 14/15v	VÄ Mio. € 14/15v
Agrarexporte GESAMT (1 bis 24)	9.515	9.746	10.055	100,0	3,2	309,101
LMI-Exporte GESAMT (16 bis 24)	5.436	5.567	5.953	59,2	6,9	385,541
2202 - AF-Getränke (Energy-Drinks, Limos)	1.370	1.364	1.648	16,4	20,9	284,434
1905 - Feine Backwaren	516	518	540	5,4	4,4	22,728
0406 - Käse	479	502	514	5,1	2,5	12,506
2309 - Tierfutter	398	439	474	4,7	8,0	35,069
0201 & 0202 - Rindfleisch	432	425	444	4,4	4,4	18,532
2106 90 - And. Lebensmittelzubereitungen	419	446	434	4,3	-2,6	-11,676
1806 - Schokoladenwaren	386	403	393	3,9	-2,6	-10,363
0203 - Schweinefleisch	381	421	341	3,4	-18,9	-79,719
0401 - Milch und Rahm	373	364	314	3,1	-13,9	-50,492
2009 - Fruchtsäfte und -konzentrate	302	261	242	2,4	-7,5	-19,721
1901 - Teigzubereitungen, Mehlspeisen	148	186	203	2,0	8,9	16,580
1601 - Würste	218	204	192	1,9	-6,0	-12,189

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, FV der Lebensmittelindustrie

Export „Erzeugnisse der Lebensmittelindustrie“

- 5.953 Mio. € (+ 6,9 %)
- Unverzichtbar
- Wachstumstreiber und Jobgarant
- Zwei von drei Erzeugnissen für 185 Märkte
- Aktivitäten zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Lebensmitteln und Getränken „Made in Austria“ auf den jeweiligen Drittlandsmärkten

Offensive im Export

- Zollrechtliche Aktivitäten
- Handelspolitische Aktivitäten
- IO - Internationalisierungsoffensive
- Exportinitiative

Information / Beratung / Schulung / Fachseminare

- Zollrecht (Zollpräferenzen, AV, UZK.NEU)
- Handelspolitik (EU-Beitritt, EU-Abkommen, Offensivinteressen)
- Marktorganisationen (e-Lizenzen)
- Sonderthemen (Halal, Koscher ...)



Josef Domschitz
FV der Lebensmittelindustrie

Exportaktivitäten

- **IO - Internationalisierungsoffensive**
 - Aktivitäten der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA (Marktplatz Österreich, ANUGA,)
- **Exportinitiative.NEU**
 - Auslands- und Fachveranstaltungen
 - Nahe und ferne Zielmärkte
 - Fokus „tierische Erzeugnisse“: BvZ
 - Sonstiges (UZK, Reform e-zoll)



10 Jahre Exportinitiative – eine Erfolgsstory in rot-weiß-rot

Agrarerzeugnisse, Lebensmittel & Getränke
Umweltechnologien
Forst & Holz



Exportländer-Prioritätenreihung

FERNE Märkte (Prioritäten gelb hinterlegt):



Land	Agrar- und Lebensmittelwirtschaft						Umweltechnologie		Holz	
	Firmen- umfrage	BMLFUW	WKÖ AWO	AMA	BMG	FV LMI	BMLFUW	WKÖ AWO	BMLFUW	WKÖ AWO
USA	1			2 - 1		1 - 2	2 - 1	2 - 1		
Kanada	2			3		2	2	2		
Peru						3				
China	1			2 - 3	1	1 - 2	1	1	1	1
Japan	1			2	2	1 - 2	2	2	1	1
Südkorea	2			2 - 3	2	2	3	3	1	1
Taiwan				2 - 3	3	2 - 3	0	0		
Philippinen				3	1	3	0	0		
Vietnam				3	3	3	0	0		
Singapur	1					2				
Hongkong	1					1 - 2				
VAE	1			2		1	3	3		

1 = top, 2 = sollte, 3 = anzustreben, 0 = nein

Institution	Zuständigkeit	Aufgaben	Ressourcen
BMLFUW	Bündelung u. Plattform „Türöffner HBM“	proaktive Koordinierung mit den Partnern u. Stakeholdern Fachlicher Input & Unterstützung	Fachabteilung Attaché-Netzwerk Büro HBM HBM
WKO-AWO	Messen u. Unterstützung durch AWCs	Kontakte/Service in Richtung Behörden u. Importeure/Exporteure	go international WKÖ/BMWFW
WKO-Fachverband Lebensmittelindustrie	Analyse/Daten/Recherche/ Koordinierung/Motivation EI-Partner und Exportbetriebe (Presse)	Kontakte/Service für alle in Frage kommenden Betriebe inklusive Unterstützung aller EI-Partner	Personalressourcen u. Unterstützung der EI- Partner und Betriebe
AMA-Marketing	Messen/Events/Showcases/ Promotions/ Schulungen	Kontakte/Service in Richtung Produzenten und LH Vorbereitung/Organisation	AMA-Exportmarketing Personalressourcen
BMG	Prüfung/Bewertung veterinärfachlicher Anforderungen	Vereinbarung über Veterinärprotokolle und Veterinärzertifikate	BMG II/B – Office für Exportangelegenheiten
WKO-Bundesgremium Agrarhandel (für Veterinärbereich)	Ansprechpartner und Koordinationsstelle für alle veterinärrechtlichen Anfragen	Kontakte/Service für veterinärpflichtige Betriebe u. Behördenunterstützung	Personal inkl. Unterstützung veterinärpflichtiger Betriebe
BMEIA	Unterstützung durch ÖBs	Kontakte mit Behörden	Personalressourcen
Verbände und LKÖ	Koordinierung Exportbetriebe und Dateneinholung	Kontakte/Service in Richtung Betriebe u. Behördenunterstützung	Personalressourcen Fördergelder

Bewertungskriterien - künftige Zielmärkte

- Marktgröße
- Kaufkraft
- Marktnähe
- Marktstruktur
- Handelspolitische Rahmenbedingungen
- Zollhürden
- Sonstige Handelshemmnisse
- Image Österreich

Bewertungskriterien - künftige Zielmärkte

- Traditionelle Handelsströme
- Chancen / Risiken
- Feedback aus laufenden Firmenkontakten
- Erfahrungen aus der Bilanz der Exportinitiative

Attraktive NAHE Zukunftsmärkte - Bewertungskriterien:

Zielland	Einwohnerzahl in Millionen	Entfernung zu Österreich (Luftlinie in km)	Marktgröße (Bewertung 1 bis 5)	Kaufkraft (Bewertung 1 bis 5)	Marktnähe (Bewertung 1-5)	Marktsstruktur (Bewertung 1 bis 5)	EU-Abkommen (J/N - V = Vorbereit. zT. = zum Teil)	Veterinärvereinbarung (J/N V = Vorbereitung)	Sonstige HP-Rahmenbedingungen (1 bis 5)	Technische Handelshemmnisse (1 bis 5)	Chancen Fleisch (1 bis 5)	Chancen Fleischerzeugnisse (1 bis 5)	Chancen Milch und Milcherzeugnisse (1 bis 5)	Chancen restliche Agrarwaren (1 bis 5)	Chancen landw. Verarbeitungserzeugnisse (1 bis 5)	Feedback bisheriger Aktivitäten (1 bis 5)	Feedback aus Firmenkontakten (1 bis 5)	Image Österreichs (1 bis 5)	Beurteilungspunkte - GESAMT
Schweiz	8,1	484	1	1	1	2	zT	J	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	21,0
Kroatien	4,3	273	1	3	1	3	EU	J	1	1	2,5	2,5	2,5	2,5	1,5	1	1	1	24,5
Ukraine	45,5	1.239	2	4	2	4	J	J	3	3	3,5	3,5	3	3	2	3	3	2	41,0
Türkei	74,9	1.918	2	3	2	4	N		4	4	4	4	3,5	3,5	3	3	4	3	47,0
Serbien	7,2	634	1	3	1	3	J	J	3	3	3	3	3	3	2,5	2	3	2	35,5
Algerien	39,2	2.437	2	4	3	4	N		3	4	4	4	3	3	2,5	4	5	4	49,5
Marokko	33,0	2.531	2	4	3	4	N		3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	51,0
Tunesien	10,9	1.572	1	4	2	4	N		3	4	4	4	4	4	3	4		4	50,0

Attraktive FERRNE Zukunftsmärkte - Bewertungskriterien:

Zielland																													
Vereinigte Arabische Emirate	9,3	4.380	1	1	2,5	2	N		1,5	2	3	3	2,5	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	27,5
Hongkong	7,2	8.872	1	1	3,5	2	N		1,5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	28,0
Japan	127,3	9.156	2	1	3,5	2	V	J	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	30,5	
Saudi Arabien	28,8	3.763	1,5	1	2,5	2	N		1,5	2	4	4	3	3	2,5	2,5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	31,0	
USA	313,9	8.344	2,5	1	3,5	2	V		2	2	4,5	4,5	2	2,5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	33,5		
Singapur	5,4	9.841	1	1,5	3,5	2,5	N		1,5	2	3,5	3,5	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	35,0	
Kanada	35,2	7.252	2	2	3	2	V		2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	36,0	
Südkorea	50,2	8.614	1,5	2	3,5	3	V	J	2	2	2	4	4	3,5	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	36,5	
China	1.357,0	7.137	3	2	3	3	N	V	2	2,5	4,5	4,5	2,5	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38,0	

Exportziele

- Fortführung der Exportinitiative.NEU
- Flankenschutz aus Internationalisierungsoffensive
- Lebensmittelmärkte in Europa und in Übersee
- Österreich-Image: „Qualität x Vertrauen x Sympathie“
- Gesamte Wertschöpfungskette

EXPORTENTWICKLUNG ÖSTERREICH

	EXPORTE INSGESAMT	AGRAREXPORTE (ZK 1-24)	LM-EXPORTE (ZK 16-24)	Anteil an den GESAMTEXPORTEN in %	
	Werte in Mio. €	Werte in Mio. €	Werte in Mio. €	AGRAREXPORTE	LM-EXPORT
1995	42.151	1.798	959	4,27	2,28
2000	69.692	3.421	1.901	4,91	2,73
2005	94.705	6.010	3.735	6,35	3,94
2015v	131.554	10.055	5.953	7,64	4,53
Veränd. % - 95/15	212,1	459,1	520,7		
Veränd. % - 00/15	88,8	193,9	213,1		

Quelle: Statistik Austria, FV der Lebensmittelindustrie

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Josef DOMSCHITZ

Fachverband der Lebensmittelindustrie Österreichs

E-Mail: j.domschitz@dielebensmittel.at

Homepage: www.dielebensmittel.at