

## **EXPORT 1 – 24**

### **AUSGANGSSITUATION**

- Potenziale in der Wertschöpfungskette Landwirtschaft/Lebensmittel
- Nachfragemacht des österreichischen Lebensmittelhandels
- EU-Erweiterung
- Alternative zu “Export-Clustern”

## **EXPORT 1 – 24**

### **ZIELE**

- Wertschöpfungskette stärken
- Export verringert Abhängigkeit vom österreichischen Handel
- Erweiterung: richtigen Zeitpunkt für Marktoffensive wählen
- “bottom up”



**EXPORT 1 – 24**

**ZIELMÄRKTE**

- Budapest
- Prag
- Ljubljana
- Bratislava
- Warschau
- Bukarest
- Sofia
- Zagreb
- Moskau

**EXPORT 1 – 24**

**EXPORTE DER ÖSTERR. AGRAR- & LEBENSMITTELWIRTSCHAFT  
2004 v - EXPORT PRO EINWOHNER des ZIELMARKTES in EUR**

Export-land	Agrarexporte ZK 1 - 24*)	Exporte von NA I-Waren*)	Einwohner in Mio.	EUR / Einwohner Agrar der ZK 1 - 24**)	EUR / Einwohner NA I-Waren **)
Deutschland	1.687,6	597,9	82,0	20,58	7,29
Italien	961,8	176,2	57,5	16,73	3,07
Kroatien	106,1	39,7	4,4	24,10	9,01
Slowenien	116,2	47,5	2,0	58,12	23,76
Tschechien	113,0	38,0	10,3	10,97	3,69
Ungarn	111,3	36,5	10,2	10,91	3,57
Slowakei	51,6	15,7	5,4	9,56	2,91
Estland	8,1	2,7	1,4	5,94	2,02
Lettland	6,7	4,3	2,3	2,90	1,83
Litauen	10,2	6,4	3,5	2,90	1,83
Polen	56,9	27,0	38,6	1,47	0,70

Quelle: FIAA, Statistik Österreich 2005

\*) in MIO EUR; \*\*) Angaben gerundet in EUR

## EXPORT 1 – 24

### ZIELGRUPPEN

Sektoren:	Milch, Fleisch, Obst und Gemüse, Getreideprodukte und NAI-Waren (höher verarbeitete Produkte)
Unternehmen:	Alle Unternehmen der österreichischen Lebensmittelwirtschaft - vor allem KMU

## EXPORT 1 – 24

### Phase I (Sept. 2002 - Mai 2003)

- Unternehmensbefragung zur Unterstützung beim Export
- Manuals mit Marktinformationen und handelspolitischen Rahmenbedingungen
- Workshops nach Branchen

### Phase II (Juli 2003 - Juni 2005)

- Lebensmittelpräsentationen in den Hauptstädten
- „Österreichwochen“ mit Handelsketten

## EXPORT 1 – 24

### „EXPORT MANUALS“

**Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn, Kroatien, Rumänien, Litauen, Lettland, Estland (Kooperation mit dem BMWA)**

#### Inhaltsverzeichnis:

- Relevante ökonomische Rahmenbedingungen
- Branchenanalysen (Exportchancen)
- BIO- Produktion und BIO- Markt
- Warenstromanalysen und Interpretation (MOEL - Österreich)
- Lebensmittelhandel und alternative Vertriebswege
- Handelspolitische Rahmenbedingungen
- Nationale- und EU-Förderungen

## EXPORT 1 – 24

### TEILNAHME AN DER INITIATIVE „EXPORT 1 – 24“

- An den 9 Lebensmittelpräsentationen nehmen  
**156** Unternehmen teil
- Durch mehrfache Teilnahme einzelner Unternehmen sind das  
**356** Aussteller (davon Moskau 31 Aussteller)
- Die ausstellenden Unternehmen trafen auf etwa  
**1030** Händler und Importeure





## EXPORT 1 – 24

### EXPORTE IN NEUE EU-MITGLIEDSLÄNDER (Zk. 1-24)

EXPORTE IN NEUE EU-MITGLIEDSLÄNDER	2004 In Mio. EUR	Veränderung 2003/2004 in %
Slowenien	116,2	+ 17,8
Tschechien	112,9	+ 15,6
Ungarn	111,2	+ 28,2
Polen	56,8	+ 10,6
Slowakei	51,6	+ 33,0
Litauen	10,1	+ 7,1
Lettland	6,7	- 9,7
Estland	8,0	+ 24,3
Malta	3,7	- 4,2
Zypern	9,8	+ 22,0
<b>NEUE EU-MITGLIEDSLÄNDER (Zk. 1-24)</b>	<b>487,5</b>	<b>+ 19,3</b>
<b>ALLE LÄNDER WELTWEIT (Zk. 1-24)</b>	<b>5.327,8</b>	<b>+ 10,1</b>

Statistik Austria, FIAA (2005)

## EXPORT 1 – 24

### GESAMTER AGRAR-EXPORT (Zk. 1 bis 24) VERGLEICH 1-9/2004:1-9/2005

	EINFUHR (in €)			AUSFUHR (in €)		
	1-9/2004	1-9/2005	Veränd.%	1-9/2004	1-9/2005	Veränd.%
<b>GESAMT</b>	<b>4.317.343.031</b>	<b>4.443.331.139</b>	<b>2,9</b>	<b>3.995.317.395</b>	<b>4.469.386.093</b>	<b>11,9</b>
<b>EU 24</b>	<b>3.661.516.109</b>	<b>3.710.596.318</b>	<b>1,3</b>	<b>3.071.611.152</b>	<b>3.363.433.636</b>	<b>9,5</b>
Ungarn	175.870.090	197.774.146	12,5	84.066.197	115.086.496	36,9
Tschechische Republik	71.538.817	91.320.218	27,7	85.668.941	114.038.147	33,1
Slowenien	10.027.523	33.987.910	238,9	84.541.211	108.698.738	28,6
Kroatien	16.046.217	33.493.415	108,7	82.764.434	74.563.516	-9,9
Russland	3.861.303	4.348.876	12,6	56.362.552	70.138.213	24,4
Rumänien	5.970.172	7.731.282	29,5	50.170.637	57.188.243	14,0
Polen	58.905.659	80.578.406	36,8	43.226.189	53.496.277	23,8
Slowakei	31.453.060	47.646.046	51,5	39.191.174	47.894.844	22,2
Bulgarien	8.218.951	8.550.396	4,0	11.039.045	12.854.302	16,4
<b>Länder "Export 1-24"</b>	<b>381.891.792</b>	<b>505.430.695</b>	<b>32,3</b>	<b>537.030.380</b>	<b>653.958.776</b>	<b>21,8</b>
<b>AH-Bilanz GESAMT</b>				<b>-322.025.636</b>	<b>26.054.954</b>	
<b>AH-Bilanz EU 24</b>				<b>-589.904.957</b>	<b>-347.162.682</b>	
<b>AH-Bilanz Export 1-24</b>				<b>155.138.588</b>	<b>148.528.081</b>	

Quelle: Statistik Austria

Erstellt: Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie, 01/2006

## EXPORT 1 – 24

### EXPORT ERZEUGNISSE DER LEBENSMITTELINDUSTRIE (Zk. 16 bis 24) VERGLEICH 1-9/2004:1-9/2005

	EINFUHR (in €)			AUSFUHR (in €)		
	1-9/2004	1-9/2005	Veränd.%	1-9/2004	1-9/2005	Veränd.%
<b>GESAMT</b>	<b>2.160.165.179</b>	<b>2.210.190.201</b>	<b>2,3</b>	<b>2.462.555.176</b>	<b>2.821.747.551</b>	<b>14,6</b>
<b>AH-Bilanz GESAMT</b>				<b>302.389.997</b>	<b>611.557.350</b>	
<b>EU 24</b>	<b>1.859.535.064</b>	<b>1.871.789.094</b>	<b>0,7</b>	<b>1.782.069.984</b>	<b>1.975.849.045</b>	<b>10,9</b>
<b>AH-Bilanz EU 24</b>				<b>-77.465.080</b>	<b>104.059.951</b>	
<b>10 EU-Beitrittsländer</b>	<b>149.657.301</b>	<b>208.096.058</b>	<b>39,0</b>	<b>222.173.393</b>	<b>274.407.679</b>	<b>23,5</b>
<b>AH-Bilanz EU 10 "neu"</b>				<b>72.516.092</b>	<b>66.311.621</b>	
<b>10 MOEL</b>	<b>154.074.795</b>	<b>212.298.631</b>	<b>37,8</b>	<b>257.134.681</b>	<b>313.472.642</b>	<b>21,9</b>
<b>AH-Bilanz MOEL</b>				<b>103.059.886</b>	<b>101.174.011</b>	
<b>Länder "Export 1-24"</b>	<b>168.280.768</b>	<b>244.895.476</b>	<b>45,5</b>	<b>318.426.535</b>	<b>383.832.218</b>	<b>20,5</b>
<b>AH-Bilanz Export 1-24</b>				<b>150.145.767</b>	<b>138.936.742</b>	

Quelle: Statistik Austria

Erstellt: Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie, 01/2006

## EXPORT 1 – 24

### EXPORTE BEI WICHTIGEN WARENGRUPPEN, 1-9/'05

ZTNr.	Warenbezeichnung	GESAMT	Veränd. %	DEUTSCHLAND	Veränd. %	EU 10 *)	Veränd. %
02.03	Schweinefleisch	199,2	+11,4 %	19,4	-10,1 %	32,5	+92,1 %
04.01	Milch & Rahm, nicht gesüßt	145,3	-6,5 %	66,2	+6,2 %	3,6	+359,9 %
04.03 10	Joghurt	88,3	+2,8 %	45,1	-8,3 %	4,5	+238,4 %
04.06	Käse und Topfen	228,8	+2,3 %	98,5	+12,5 %	7,5	+20,0 %
16.01	Würste	60,8	+12,1 %	52,2	+13,6 %	2,4	+62,9 %
16.02	Fleischzubereitungen	47,3	+64,5 %	38,7	+75,1 %	2,5	+22,3 %
20.08	Fruchtzubereitungen	74,3	+9,8 %	35,3	+12,9 %	10,6	+10,0 %
20.09	Fruchtsäfte & -konzentrate	162,0	+3,8 %	46,5	-2,1 %	9,0	+7,8 %
22.04	Wein	60,1	+1,4 %	32,2	-8,7 %	7,4	+8,5 %
18.06	Schokoladenwaren	189,1	+33,1 %	67,1	+38,5 %	20,2	+26,8 %
19.01	LM-Zubereitungen aus Mehl usw.	50,3	+1,5 %	24,9	+16,6 %	10,4	+15,6 %
19.05	Backwaren	179,7	-8,0 %	88,1	-2,4 %	14,6	+17,2 %
21.06 90	And. Lebensmittelzubereitungen	133,0	+16,9 %	48,9	+22,1 %	35,8	+18,9 %
22.02	Limonaden, Eistees, Energy-Drinks	1.044,6	+17,4 %	166,5	+4,8 %	53,6	+34,6 %

Quelle: Statistik Austria; FV der Lebensmittelindustrie

\*) Exporte in die 10 neuen EU-Mitgliedstaaten

## EXPORT 1 – 24

### KUNDENZUFRIEDENHEIT (1 – 5)

	Gesamteindruck	Präsentations- möglichkeit	Kontakte
Budapest	1,65	1,88	1,82
Prag	1,56	1,94	2,33
Laibach	1,57	1,57	2,43
Sofia	2,00	1,50	3,50
Bukarest	1,62	1,85	1,92
Warschau	1,61	1,56	3,24
Pressburg	1,93	2,32	3,74
Zagreb	1,40	1,31	1,79
Moskau	1,77	2,00	1,88
Moskau (Umwelt)	1,29	1,43	1,64

## **EXPORT 1 – 24**

### **LEARNINGS:**

- **Gemeinsamkeit Landwirtschaft/Verarbeiter schafft Erfolg**
- **Lebensmittelkette ist Wertschöpfungskette**
- **Export als Stabilisator/Standbein**
- **Win-win für Wirtschaft und Politik**

## **EXPORT 1 – 24**

### **ERFOLGSFAKTOREN**

- **klare Strategie:  
Unternehmen, Zielmärkte, EU-Erweiterung**
- **Zielgruppen-spezifische Vorbereitung**
- **einheitliches “layout” der Missionen**
- **feel good – Faktor**
- **persönlicher Einsatz von “big animals”**

[WWW.EXPORTINITIATIVE.AT](http://WWW.EXPORTINITIATIVE.AT)



*Erweiterte Märkte  
für unsere  
Lebensmittel*

**Zukunft**  
E U R O P A