

ASIEN UND AMERIKA IM VISIER

Deutsche Agrargüter sind Exportschlager. Hans-Joachim Fuchtel, Staatssekretär im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), erklärt, wie sich die Rahmenbedingungen entwickeln – und wie der Staat Exporteure unterstützt.

Interview von **ANDREAS BILFINGER**, Germany Trade & Invest Berlin

Herr Fuchtel, was für ein Image haben deutsche Agrarprodukte im Ausland?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Im Ausland genießen Agrarprodukte made in Germany einen hervorragenden Ruf und erfreuen sich großer Beliebtheit. Mit seiner hoch entwickelten Land- und Ernährungswirtschaft, die vergleichsweise zum Ausland mit hohen Arbeitskosten verbunden ist, exportiert der deutsche Agrar- und Ernährungssektor vorrangig Güter mit hoher Wertschöpfung. Der Anteil unverarbeiteter Agrarerzeugnisse liegt nur bei etwa zehn Prozent. Die rege Nachfrage im Ausland lässt sich auch mit Zahlen belegen. Nach einer leichten Eintrübung im Jahr 2018 im Zuge der Finanzkrise stiegen die Exporte von Gütern der Agrar- und Ernährungswirtschaft 2019 wieder deutlich an, und zwar auf einen Gesamtwert von rund 74 Milliarden Euro. Damit ist Deutschland weltweit drittgrößter Exporteur von Agrarprodukten.

Was genau exportiert Deutschland?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Die bedeutendsten Warengruppen waren 2019 mit 10,2 Milliarden Euro Fleisch und Fleisch-

ZUR PERSON



Hans-Joachim Fuchtel ist seit 2018 Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Das BMEL bietet für Exporteure Markterkundungsreisen, Informationsveranstaltungen und Marktanalysen. www.bmel.de

waren, dicht gefolgt von Milch und Milcherzeugnissen mit 10,1 Milliarden Euro sowie Getreide, Getreideerzeugnisse und Backwaren, auf die 8,9 Milliarden Euro entfielen. Auch Kakao und Kakaoerzeugnisse erfreuen sich bei einem Exportwert von 5,4 Milliarden Euro großer Beliebtheit. Mehr als drei Viertel aller Agrarexporte gingen 2019 in die Mitgliedstaaten der EU. Hauptzielländer unserer Agrarausfuhren sind die entwickelten Volkswirtschaften mit hohem Einkommen sowie aufstrebende Schwellenländer. In die Staaten Afrikas

gingen 2019 weniger als zwei Prozent der deutschen Agrarausfuhren, in die am wenigsten entwickelten Länder nur etwa ein halbes Prozent.

Welche Auswirkungen hat die Coronapandemie bislang gehabt?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Die bislang für 2020 vorliegenden Daten deuten darauf hin, dass die negativen Effekte der Coronapandemie bei den deutschen Agrarexporten deutlich geringer ausfielen als bei den Exporten insgesamt. Während von Januar bis November 2020 der Gesamtexport gegenüber der Vorjahresperiode um 10,3 Prozent sank, verringerte sich der Agrarexport nur um 1,6 Prozent.

Wo liegen die Absatzmärkte der Zukunft?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Bevölkerungswachstum und steigendes Pro-Kopf-Einkommen führen zu steigender Nachfrage nach Gütern der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Länder, die eine solche Entwicklung zeigen, könnten künftig wichtige Absatzmärkte für die qualita-

tiv hochwertigen Produkte der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft werden. Besonderes Augenmerk gilt dabei den sogenannten BRICS-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China und Südafrika) sowie Mexiko. Auch Länder, mit denen die EU Handelsabkommen geschlossen hat und die im regionalen Kontext als Handelsdrehscheibe agieren, bieten Wachstumspotenziale. Als Beispiel möchte ich Vietnam nennen.

Nahrungsmittel sind wie kein anderes Gut von Zöllen und nichttarifären Handelshindernissen geschützt. Kann die Welthandelsorganisation (WTO) noch einen fairen Handel durchsetzen oder sind angesichts der aktuellen Schwäche der WTO Regionalabkommen eine Alternative?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Ziel der WTO ist es, durch den Abbau von Zöllen und handelsverzerrenden Subventionen die Bedingungen für den internationalen Handel zu fördern. Bei Nahrungsmitteln, die ja unsere unmittelbare Lebensgrundlage sind, wollen sich viele Länder eine gewisse Ernährungssouveränität erhalten. Gleichzeitig gibt es Länder, die auf Nahrungsmittelimporte angewiesen sind, etwa Stadtstaaten oder Länder, die aufgrund ihrer landwirtschaftlichen Standortbedingungen oder fehlendem Know-how nicht genug eigene Nahrungsmittel produzieren können oder aber auch von Ernteausfällen und Missernten stark betroffen sind. Regionalabkommen sind keine Alternative, sondern ein wichtiger Baustein für die Ziele der WTO. Durch bilaterale oder regionale Handelsabkommen können die Zölle, Quoten und nichttarifären Handelshemmnisse maßgeschneidert auf die Bedürfnisse der Vertragsparteien abgebaut werden. Die WTO selbst kann mit ihren multilateralen Abkommen aber immer nur One-size fits-all-Lösungen bieten. Diese werden beim Abbau von Subventionen oder Exportrestriktionen gebraucht. Das sind auf der WTO-Agraragenda die Bereiche, die oben stehen und auf die wir setzen.

Wo gibt es die besten Aussichten für Abschlüsse?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Derzeit laufen Verhandlungen mit Australien und Neuseeland, denen wir sehr gute Aussichten einräumen. Diese Länder sind uns mit ihren demokratischen und gesellschaftlichen Werten sowie ihren hohen Umwelt-, Arbeits- und Sozialstandards sehr ähnlich. Dennoch gibt es hier im Agrarbereich sensible Punkte, etwa im Milchbereich, wo wir noch intensiv verhandeln müssen. Wir schauen natürlich auch mit Spannung auf die künftige Handelspolitik der USA. Es wird sich zeigen, ob Verhandlungen wieder aufgenommen werden können und an welcher Stelle die Europäische Kommission mit der neuen Regierung wird einsteigen können. Die Bundesregierung unterstützt auch Geist und Intention des EU-Mercosur-Assoziierungsabkommens. Angesichts der aktuellen Entwicklungen im Waldschutz und in der Walderhaltung – insbesondere in Brasilien – sehen wir mit Sorge, dass die Bedingungen für eine Unterschrift nicht gegeben sind. Vor einer möglichen Ratifizierung müssen alle Vertragspartner ihre Verpflichtungen aus dem Nachhaltigkeitskapitel ernst nehmen, was derzeit vor allem bei Brasilien nicht erkennbar ist.

Welche Unterstützung gibt es für kleine und mittelständische Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft bei der Erschließung neuer Märkte?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Säulen der Exportförderung des BMEL sind das Programm des BMEL zur Förderung der Exportaktivitäten der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft mit einem aktuellen Finanzvolumen von drei Millionen Euro pro Jahr sowie das Auslandsmesseprogramm (AMP) mit einem Finanzvolumen von 8,8 Millionen Euro. Ziel der Exportförderung des BMEL ist es vor allem, kleinen und mittelständischen Unternehmen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft den Eintritt in ausländische Märkte zu erleichtern. Im Rahmen unseres Auslandsmesseprogramms, das konsequent unter dem Label „Made in Germany“ steht,

bieten wir kleinen und mittelständischen Unternehmen die Möglichkeit, auf zahlreichen Auslandsmessen mit BMEL-Beteiligung unsere dortige Kontaktplattform zu nutzen. So können deutsche Firmen neue Märkte kennenlernen, ihre Produkte testen und neue Geschäftskontakte knüpfen.

Wo liegen die Schwerpunkte beim Exportförderungsprogramm?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Klassische Schwerpunkte des Exportförderungsprogramms sind Unternehmerreisen zur Markterkundung und Geschäftsanbahnung, Maßnahmen zur Information deutscher Unternehmen sowie imagefördernde Maßnahmen. Zur Überwindung von ungerechtfertigten sanitären und phytosanitären Handelshemmnissen fördern wir darüber hinaus auch die Kontakte der zuständigen deutschen Behörden zu ihren ausländischen Partnern. Selbstverständlich sind auch Inspektionen ausländischer Behörden sehr wichtig. Hier können wir zeigen, dass wir die eigenen Anforderungen ebenso erfüllen wie mögliche spezielle Anforderungen der Zielländer.

Und wie funktioniert das jetzt unter Coronabedingungen?

HANS-JOACHIM FUCHEL: Die mit der Coronapandemie einhergehenden Reisebeschränkungen beeinträchtigen leider auch die physische Durchführung vieler Maßnahmen. Das BMEL setzt deswegen in enger Absprache mit der betroffenen Wirtschaft dort, wo möglich und sinnvoll, verstärkt auf virtuelle Formate. Unsere bisherigen Erfahrungen und die Resonanz der Unternehmen mit diesen Formaten sind sehr positiv. Ich persönlich wünsche mir jedoch, dass wir in naher Zukunft wieder Austauschformate, die den persönlichen Kontakt ermöglichen, anbieten können.

ONLINE

Das ausführliche Interview lesen Sie auf:
www.marketsinternational.de/interview-bmel