



# Geschäftsreise China Lebensmittel allgemein

Beijing und Shanghai, 30.10. – 03.11.2017

## Ergebnismitteilung

Im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) führte SBS vom 30.10. bis 03.11.2017 eine **Geschäftsreise** für deutsche Unternehmen aus dem Lebensmittel allgemein nach China durch. Ziel der Außenwirtschaftsförderung des BMEL ist die Unterstützung klein- und mittelständischer Unternehmen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft.

### Projekthintergrund

Laut Statista ist die Volksrepublik China 2017 das bevölkerungsreichste Land der Welt mit geschätzt rund 1,39 Mrd. Menschen. Die Mittelschicht wächst stetig und verfügt im Vergleich zum chinesischen Durchschnitt über ein so hohes Einkommen, dass sie sich gerne ausländische Produkte leistet. Eine gesundheitsbewusste und junge Generation ist experimentierfreudig in Bezug auf Produktneuheiten, so halten gesunde und vegane Lebensmittel und Getränke ihren stetigen Einzug in chinesische Haushalte. Chinesen lieben alles was als „natürlich und gesund“



angesehen wird. Dieser Marktanteil soll bis 2020 um die 70 Mrd. US-\$ einbringen. Die Märkte für Schokoladenprodukte, Bier und Wein wachsen vor allem in Großstädten und Ballungsgebieten wie Peking und Shanghai. Somit ist China ein gigantischer Absatzmarkt für die Ernährungsindustrie.

Elf deutsche Unternehmen aus der Lebensmittelbranche nutzten diese Unternehmerreise. Bei der Präsentationsveranstaltung in Shanghai sowie bei Geschäftstreffen mit Importeuren, (Groß)Händlern und Experten aus dem Bereich „Food“ oder „E-Commerce / Cross-Border“ in Peking und Shanghai nutzten die Teilnehmer ausgiebig die Gelegenheit, ihre Unternehmen zu

präsentieren und erste Verkaufsgespräche zu führen. Auch ein *store check* einer großen Supermarktkette inkl. Treffen mit den einzelnen Einkäufern wurde genutzt, um die Realität vor Ort kennenzulernen. Zum Auftakt der Reise fand ein einführendes Länderbriefing mit der Deutschen Botschaft, AHK Peking und GTAI sowie weiteren Referenten statt. Hier wurden viele Fragen gestellt und konstruktive Gespräche geführt.

Die Reise verfolgte zwei Ziele: Sie sollte zunächst den Teilnehmer konkrete Erstgespräche mit potenziellen Geschäftspartnern vermitteln und weiterhin umfassende und vielseitige Einblicke in die gegenwärtige chinesische Marktsituation und die künftigen Perspektiven verschaffen. Themen waren hier vor allem die Markteintrittsmöglichkeiten, die sich, anders als in Deutschland, stark um den Bereich E-Commerce drehen. Derzeit kaufen schon gut die Hälfte der Chinesen regelmäßig Lebensmittel und Getränke online, zudem ist der E-Commerce ein relativ einfacher und schneller Vertriebskanal im chinesischen Markt.

### Projektergebnisse

Die Geschäftstreffen mit Importeuren, Händlern und Einkäufern (Supermärkte, HoReCa) und die Besuche von Anbietern von E-Commerce-Plattformen boten einen wichtigen Einblick in die Realität des Lebensmittelmarktes in China und zeigten vor allem die Chancen für deutsche Hersteller verschiedener Produkte und Produktgruppen. Deutsche bzw. allgemein ausländische Produkte sind sehr beliebt, stehen sie doch für Wohlstand und einen gewissen gesellschaftlichen Rang. Auch wenn nicht jedes deutsche Biogütesiegel auf das chinesische Etikett übernommen werden darf, stehen „natürliche Zutaten“, „vegan“ u. ä. für einen gesunden und erstrebenswerten Lebensstil. Die teilnehmenden Hersteller von Produkten für Babys und Kleinkinder konnten das Interesse der chinesischen Geschäftspartner wecken, ebenso deutsche Weißweine, die vor Ort noch recht unbekannt sind.



### Rückmeldung der teilnehmenden Unternehmen

Die Teilnehmer waren mit der Gesamtorganisation der Reise, dem Modell der Geschäftsreise und mit der Auswahl der Geschäftstreffen weitgehend zufrieden bis sehr zufrieden. Die weiten Strecken zwischen einzelnen Geschäftsterminen, teilweise im chinesischen Berufsverkehr, führten vereinzelt zu etwas langen Fahrten. Diese kann man leider nicht immer umgehen; eine Planung mit nicht zu vielen Terminen pro Tag ist ratsam. Im Umgang mit chinesischen Geschäftspartnern ist ein hohes Maß an Flexibilität im Terminkalender notwendig, da viele Geschäftstermine recht spontan abgehalten werden – gerade deutsche Unternehmer stellt dieses Verhalten auf eine Geduldsprobe. Im positiven Fall heißt dies aber auch, dass vor Ort noch spontane Treffen organisiert wurden und deutsche Unternehmer in den chinesischen Firmensitz geladen wurden, um dort die schon begonnenen Gespräche zu vertiefen.

### Weitere Unternehmerreisen und Informationsveranstaltungen in 2017 und 2018

Die aktuelle Übersicht über alle anstehenden Unternehmerreisen und Informationsveranstaltungen für die Agrar- und Ernährungswirtschaft im Rahmen der BMEL-Exportförderung entnehmen Sie bitte auch der Homepage [www.agrarentwicklung.de/aktuelles/](http://www.agrarentwicklung.de/aktuelles/).

### Kurzprofil von SBS systems for business solutions Soc. Coop.

Seit 1999 entwickelt SBS maßgeschneiderte Lösungen für komplexe Internationalisierungsprojekte; seit 2006 führen wir diese vornehmlich im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie durch. Mit einem Büro in Rom und einem in Berlin liegt unser Kerngeschäft in der Beratung deutscher und italienischer Unternehmen bezüglich ihrer weltweiten Exportaktivitäten. Unsere langjährigen Erfahrungen umfassen die Planung und Realisierung von Projekten, Workshops, Events und B2B-Geschäftstreffen sowie individuellen Markteintrittsstrategien.

Miriam Achenbach (SBS) – Rom, 08.11.2017

Bildnachweis: SBS

