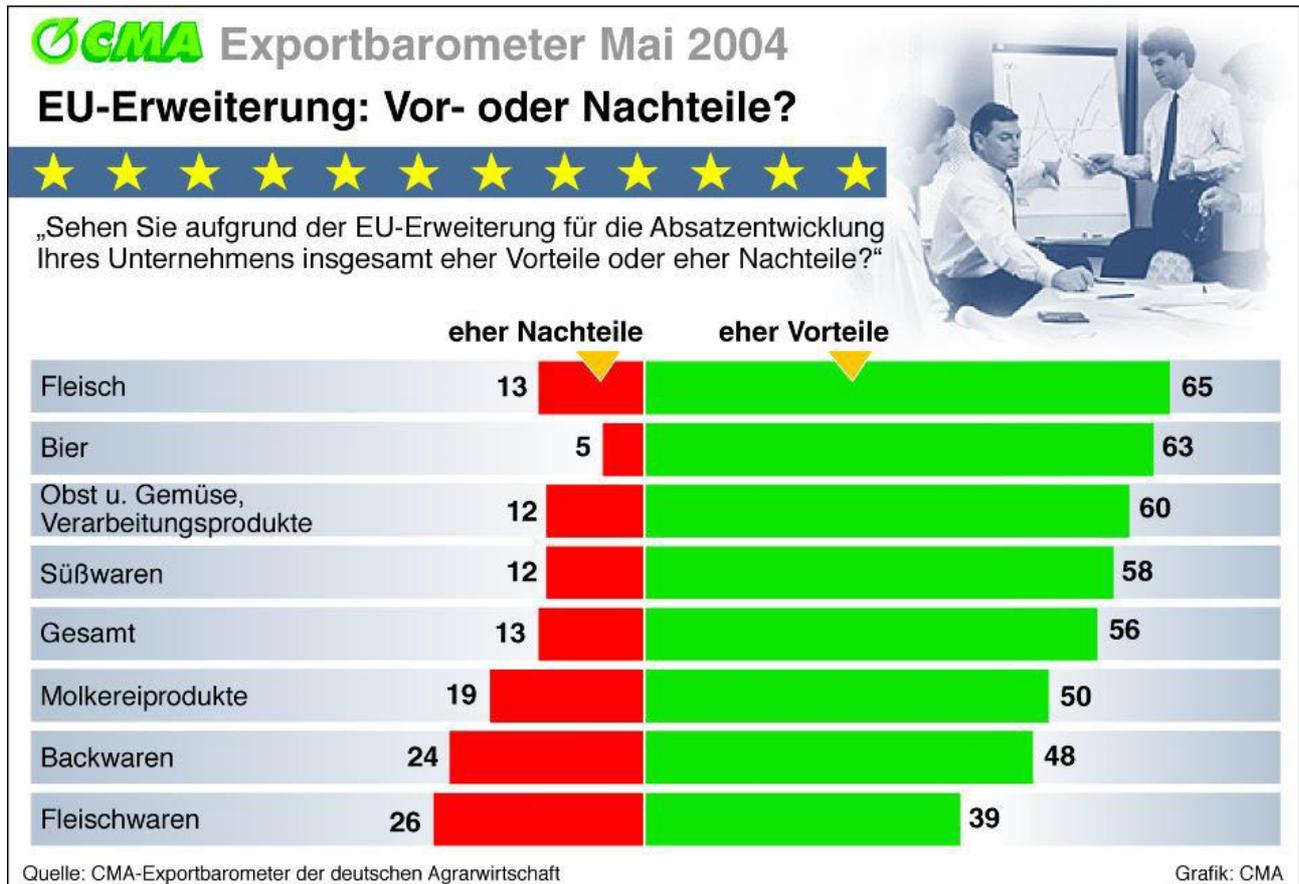


CMA-Barometer: «Backwarenexporteure am zufriedensten»

Bonn. (28.05. / cma) Das Exportklima in der deutschen Ernährungsindustrie ist zum zweiten Mal in Folge gestiegen. Dies geht aus einer aktuellen Befragung von 400 Exportleitern im Auftrag der CMA Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft und der ZMP Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle hervor. «Der Trend, dass der Export ein wichtiger Motor der Konjunktur ist, spiegelt sich damit auch im Agrarsektor wider», erläutert Holger Hübner, Export-Experte der CMA.

Das halbjährlich erhobene Agrarexport-Barometer untersucht die wichtigen Indikatoren Exportklima, Geschäftslage und Geschäftserwartung. Diese können Werte zwischen plus 100 und minus 100 annehmen. Positive Werte stehen dabei für eine Mehrheit, die zum Beispiel die Geschäftslage optimistisch beurteilt. Der aktuelle Exportklima-Index lag im Mai 2004 so hoch wie seit drei Jahren nicht mehr. Allein seit Mai 2003 ist er um 17 Punkte auf nunmehr 39 Punkte gestiegen. Damit bestätigt er den optimistischen Blick der



Unternehmensinhaber in die Zukunft. Auch die Indikatoren Geschäftslage und -erwartung liegen mit 37 beziehungsweise 40 Punkten deutlich über dem Vorjahr.

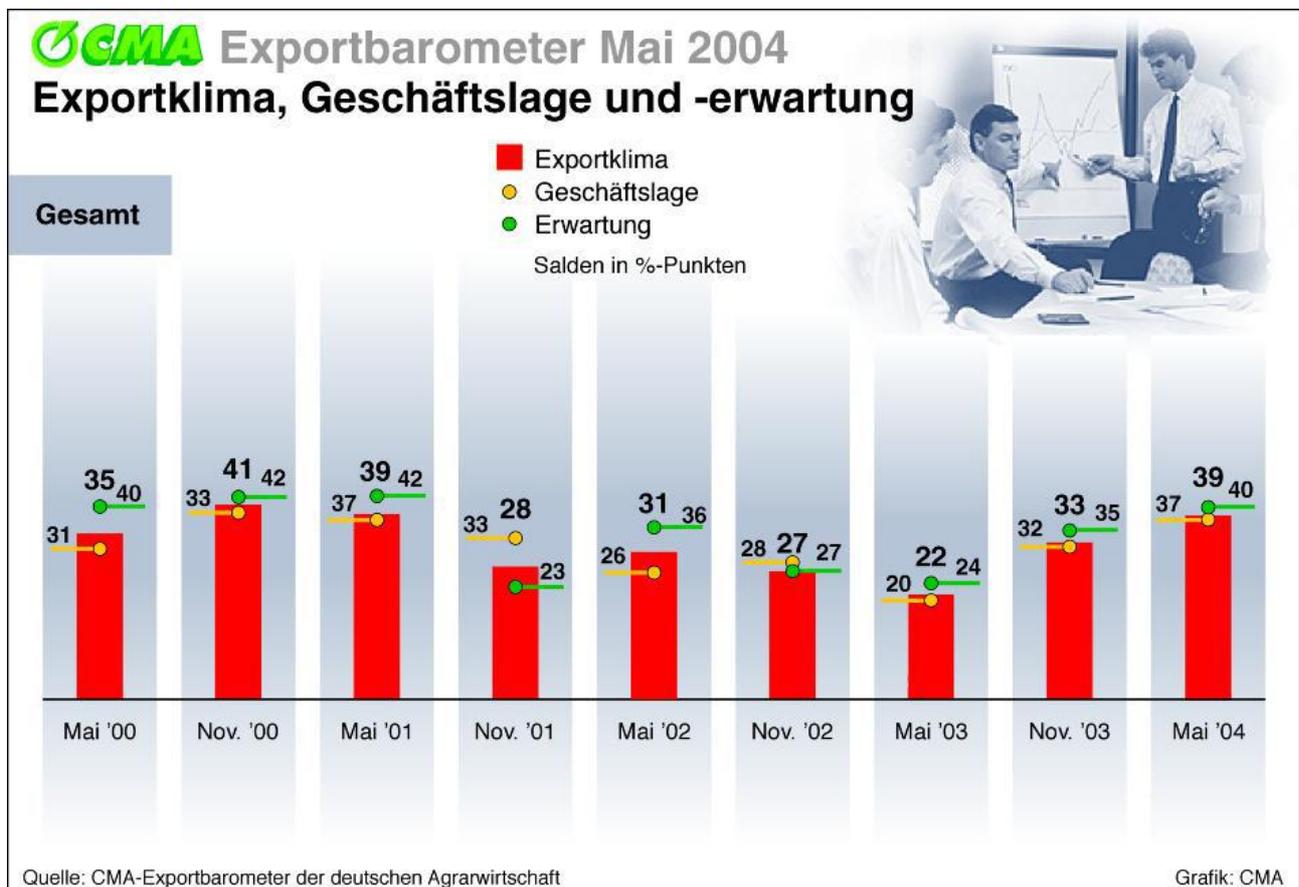
Backwarenproduzenten schätzen Exportklima

Nach Branchen differenziert, präsentieren sich die Backwarenexporteure am zufriedensten. Sie schätzen das Exportklima mit aktuell 47 Punkten am besten ein. Die deutlichste Steigerung gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres weist die Fleischbranche auf. Im Mai 2003 lag der Exportklima-Index mit minus zwei Punkten noch knapp im negativen Bereich. Aktuell erreicht er dagegen mit 21 Punkten eine Größenordnung, die bisher nur im November 2000 ausgewiesen werden konnte.

Vor allem die bessere Einschätzung der Geschäftslage mit plus 34 Punkten ist bemerkenswert. Bei anderen Branchen (Fleischwaren, Süßwaren, Obst und Gemüse-Verarbeitungsprodukten und Molkereiprodukten) liegt das Exportklima höher als im Mai des Vorjahres, hat jedoch gegenüber November 2003 etwas nachgelassen.

Export in EU-Beitrittsländer

In jeder Befragungswelle des Exportbarometers ermitteln CMA und ZMP die Meinung zu einem aktuellen Thema. Im Mai ging es um die EU-Erweiterung. Eine deutliche Mehrheit der Exportleiter sehen für ihr Unternehmen darin insgesamt eher Vorteile. 45 Prozent der Unternehmen exportieren bisher in keines der neuen EU-Mitgliedsländer. In den meisten Ländern planen jedoch zwischen zehn und 17 Prozent der Unternehmen noch in diesem Jahr ihren Markteintritt.



Am intensivsten bearbeiten Süßwarenexporteure diese neuen Märkte. So exportieren etwa 61 Prozent der deutschen Unternehmen nach Ungarn und Tschechien. In weniger exportorientierten Branchen, wie die der Fleischwaren, sind es lediglich neun Prozent beziehungsweise 14 Prozent. Am häufigsten exportieren dagegen Unternehmen der Obst und Gemüse Verarbeitungs- sowie Süßwarenindustrie in die neuen Märkte. Der Anteil der regelmäßig dorthin ausführenden Unternehmen hat sich seit November 2003 etwa verdoppelt.

Die Erwartungen für die Zeit nach dem Beitritt sind jedoch gedämpft. Für die meisten Länder rechnet eine Mehrheit der Unternehmer mit keinen Absatzsteigerungen. Lediglich für Polen, Ungarn und Tschechien werden mit fast 50 Prozent optimistische Chancen angenommen. Somit überrascht es nicht, dass die meisten Unternehmen noch in diesem Jahr einen Markteintritt vor allem in diese drei Länder planen.

In diesem Zusammenhang gut zu wissen:

«Lucull» macht deutsche Produkte bekannt: Wer hierzulande einen guten Namen hat, muss sich diesen im Ausland meist erst hart erarbeiten. Leichter geht dies mit den Lucull-Einkaufsführern der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA). An weltweit etwa 14.000 Importeure und internationale Facheinkäufer sowie Handels- und Einkaufsorganisationen, Botschaften, Außenhandelskammern, Delegiertenbüros und Kontaktstellen der deutschen Wirtschaft versenden Anfang 2005 die Bonner Exportfachleute die Kataloge. Wer sein Angebot darin platzieren möchte, hat ab sofort bis Juli die Möglichkeit zur Registrierung: Die CMA-Exportabteilung legt derzeit die 19. Ausgabe der Kataloge auf, die in sechs zielgruppenspezifische Ausgaben gegliedert sind:

- Milch und Molkereiprodukte;
- Fleisch- und Wurstwaren, Feinkost, Fertiggerichte;
- Getränke: Wein und Sekt, Bier, Spirituosen, Fruchtsäfte, Alkoholfreies, Kaffee und Tee;
- Weitere Warengruppen: Obst- und Gemüseerzeugnisse, Sauerkonserven, Kartoffelverarbeitungserzeugnisse, Süß- und Zuckerwaren, Brot, Backwaren, Nahrungsmittel, diätetische Nahrungsmittel, Eier und Geflügel, Fisch und Fischprodukte;
- Großverbraucher;
- Sonderausgabe Osteuropa.

Die Sonderausgabe Osteuropa geht nur in Kombination mit mindestens einer weiteren Ausgabe zu buchen. Die Produktion erfolgt bei entsprechender Mindestanzahl von Interessenten. Unter <http://www.cma.de/lucull2004> gibt es weitere Informationen zu den Katalogen und zur Anmeldung.