

Steilflug für Österreichs Agrar- und Lebensmittelexporte

Die Russen entwickeln sich zu wahren Liebhabern von österreichischem Schweinefleisch, wichtigster Handelspartner ist und bleibt Deutschland.



Nach dem wirtschaftlich eingetrübten Jahr 2012 war 2013 von Stabilisierung und leichtem Aufschwung geprägt. Auch die heimische Agrar- und Lebensmittelbranche nutzte diese Chance um ihre Exporte zu steigern. So standen Exporten im Wert von 9,5 Milliarden Euro Importe im Wert von rund zehn Milliarden Euro gegenüber.

Die Außenhandelsbilanz verbessert sich damit zu Gunsten Österreichs. Der Wert der Agrar- und Lebensmittelexporte stieg im abgelaufenen Jahr um 4,5 Prozent, die Menge gab im

Gegenzug leicht um 0,1 Prozent auf 8,4 Millionen Tonnen nach. Den Exporten standen Importmengen von 8,2 Millionen Tonnen gegenüber. Damit werden weiterhin mehr Lebensmittel aus- als eingeführt Österreich hat sich als Exportnation etabliert.

Wichtigste Handelspartner

Rund ein Drittel der weltweiten agrarischen Exporte Österreichs geht zu unseren deutschen Nachbarn. Damit ist und bleibt die Bundesrepublik mit einem Wert von 3,2 Milliarden Euro wichtigster Handelspartner im Lebensmittelbereich.

Umsatzbringer sind seit hier traditionell vielen Jahren Milch und Milchprodukte sowie Fleischzubereitungen wie Wurst, Schinken, Speck und Rindfleisch. Auch der Export Richtung Italien erholt sich nach Rückgängen im Jahr 2012 wieder (+1,8%) und steht mit 1,3 Milliarden Euro kontinuierlich an zweiter Stelle. Auf Platz 3 unter den Top-Ten der Exportländer liegen die USA mit 472 Mio. Euro, allerdings entfallen davon rund 90 Prozent auf „Getränke und alkoholfreie Flüssigkeiten“. Besonders erfreulich ist die Entwicklung des Außenhandels mit Russland, das es erstmals in die Top-Ten schaffte (237 Mio Euro). Das Plus von 26 Prozent liegt zu einem großen Teil in einer Steigerung des Exportes von Schweinefleisch begründet. Auch die „jungen Märkte“ der EU 13 haben sich als unverzichtbar für die rot-weiß-rote Lebensmittelwirtschaft etabliert.

Zukunftsstrategien

Basis der kontinuierlich positiven Entwicklung im Export ist die Qualität der österreichischen Erzeugnisse, die das hohe Vertrauen rechtfertigt. Daraus resultiert offenbar auch die Exportstrategie der AMA Marketing. „Der Inlandsmarkt ist und bleibt unser wichtigstes Standbein. Um uns erfolgreich zu positionieren, brauchen wir die Ergänzung durch einen starken Export. Mehr denn je sind Veredelungsprodukte wie Käse und Fleischwaren als Träger der österreichischen Wertschöpfung im Ausland gefragt“, ist Geschäftsführer der AMA-Marketing, Michael Blass, überzeugt. (Red./AMA)

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at