

Frankfurter Allgemeine

ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

D 2954 A

Dienstag, 20. Juli 1993, Nr. 165/29 D

Herausgegeben von Fritz Ullrich Fack, Joachim Fest, Jürgen Jeske, Hugo Müller-Vogg, Johann Georg Reißmüller

1,80 DM

Belgien 55 bfrs/Dänemark 11 dkr/Finnl. 9 Fmk/Frankr. 10 F/Griechenl. 350 Dr/Großbrit. 1,10 £/Irland 1,10 i£/
Italien 2500 Lit/Luxembg. 44 lfrs/Niedert. 3,- hfl/Norw. 13 nkr/Österr. 19 öS/Portugal (Cont.) 250 Esc/
Schweden 11 skr/Schweiz 2,50 sfrs/Spanien 230 Pts/Kanar. Inseln 270 Pts/Türkei 16000 TL/Ungarn 135 Ft

Deutsche Nahrungsmittel erfreuen sich in Osteuropa reger Nachfrage

Chancen auch in den GUS-Republiken / Die erste Exportwelle hat sich abgeschwächt

K.B. BONN, 19. Juli. Seit dem politischen Umbruch in Mittel- und Osteuropa hat sich der Export deutscher Nahrungs- und Genußmittel dorthin vervierfacht. Die Bezüge mittel- und osteuropäischer Länder aus Deutschland überschritten 1992 vier Milliarden DM. Das entsprach der Ausfuhr nach Frankreich, dem drittgrößten Auslandsmarkt der deutschen Agrarwirtschaft. Die Agrexporte in Nachfolgestaaten der Sowjetunion haben sich seit der Wende sogar verfünffacht. Diese Zwischenbilanz für die Lieferungen nach Mittel- und Osteuropa hat die Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) in Bonn gezogen. Der für das Auslandsgeschäft zuständige stellvertretende Geschäftsführer Claus Böcking spricht von einem Exportboom Richtung Osten, der sich allerdings im laufenden Jahr abschwächen werde.

Die wichtigsten Exportprodukte, die Böcking nennt, sind Milchfrischprodukte, Fleischwaren, Käse, Fischprodukte, Zuchtvieh, Saatgut, Süßwaren, Hopfen, Malz, verarbeitetes Obst und Gemüse, alkoholische Getränke, Kaffee und Tabakwaren. Wie in Ostdeutschland nach der Wende, sagte Böcking, seien viele dieser Produkte deutscher Herkunft in einem ersten Konsumrausch gekauft worden. Inzwischen gebe es eine gewisse Ernüchterung und Rückbesinnung auf die heimische Ware. Das eigene Warenangebot verbessere sich inzwischen durch die Modernisierung der Verarbeitungskapazitäten. Die CMA rechnet mit konsolidierten Agrexporten nach Osten. Sie seien abgestützt durch einen weiteren Nachholbedarf an Westkonsum und einen wachsenden Tourismus aus dem Westen, der zum Teil durch eine hervorragende, sich ausbreitende Hotelqualität begünstigt werde. Als herausragende Tourismus-Standorte mit einem großen Bedarf an Westprodukten werden Sankt Petersburg, die Regionen Moskau und Kiew, Budapest und Prag genannt.

Die Ausgangslage für Importprodukte beschreibt die CMA so, daß zwar die Kaufkraft der osteuropäischen Bevölkerung extrem niedrig sei, es aber auch kaufkräftige Schichten von fünf bis zehn Prozent der Bevölkerung vor allem in Ballungsräumen gebe. Die CMA sieht die Aufgabe der Ernährungswirtschaft darin, sich langfristig in den mittel- und osteuropäischen Reformstaaten mit 280 Millionen Einwohnern zu etablieren. Vorrangig werden Polen, Ungarn, die Tschechische und die Slowakische Republik erschlossen. Aber auch für die Gemeinschaft Unabhängiger Staaten wird vorausgesagt, daß sie sich zu einem expandierenden kommerziellen Markt für Verarbeitungserzeugnis-

se entwickelt. Für das Zukunftsgeschäft will die CMA Vermittler von Kontakten und Kooperationen sein. Der CMA-Referatsleiter für Osteuropa, Kurt Gilles, wies auf das auffallend größere Interesse auch mittelständischer deutscher Unternehmen hin, sich an CMA-Fachausstellungen zu beteiligen. Die Kosten je Stand betragen in Mittelosteuropa 1600 DM und bis zu 2600 DM in der GUS. Das ist ein Drittel der Kosten für eine Messebeteiligung im Westen. Erhebliche Risiken des Ostgeschäftes werden vor allem in der Unerfahrenheit der Handelspartner, in ihrer Kapital-

schwäche und im unzureichenden Bankwesen gesehen.

Die Schwierigkeiten allein im GUS-Markt hat der Ost-Experte Jürgen Steinmaßl beschrieben: Früher waren für den gesamten Agrar- und Lebensmittelaußenhandel sechs in Moskau ansässige Außenhandelsorganisationen zuständig. Alle Geschäfte konnten, wenn Aussicht darauf bestand, in einer Woche bequem abgeschlossen werden. Heute steht ein Agrexporteur vor Tausenden von Einkäufern in 15 Republiken und in einer Fülle von Regionen, allein in Rußland 86 und in der Ukraine 25.



Auf dem Wege nach Osteuropa, mit Hindernissen an der Grenze.

Foto Glaser