

# Im Export liegt die Zukunft beim Fleisch

**TAGUNG** Experten sehen große Chancen für die deutsche Fleischerzeugungsindustrie in Osteuropa

Kritisiert wurde die staatliche Förderung. Das Marketing müsse besser werden.

VON KLAUS-PETER JORDAN

**VERDEN/VECHTA** – Der Fleischkonsum der Deutschen stagniert zwar. Trotzdem hat die deutsche Fleischindustrie gute Zukunftsaussichten. Und die liegen vor allem in Osteuropa. Das war das zentrale Ergebnis einer Tagung, die das Niedersächsische Kompetenzzentrum Ernährungswirtschaft (NieKE/Vechta) und der Verein zur Förderung der bäuerlichen Veredelungswirtschaft (VzF/Uelzen) in Verden abhielten. Aber auch schon derzeit haben die deutschen Fleischexporte mit rund 24 Prozent der Erzeugung einen hohen Stellenwert.

## Export-Europameister

**Beispiel Schweinefleisch:** Der deutsche Schweinefleischverbrauch ist im vergangenen Jahr um 2,4 Prozent gesunken und scheint weiter zu sinken. Die deutsche Schweinefleischerzeugung hingegen ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen und übersteigt den heimischen Verbrauch inzwischen um knapp eine Million Tonnen. Die Exporte spielen daher für die Fleischindustrie eine immer größere Rolle. „Deutschland ist mittlerweile Europameister beim Export von Schweinefleisch“, bilanzierte Stefan Reiter, Geschäftsführer der German Meat GmbH (Bonn), in Verden. Mit knapp 50 Prozent geht



Sprachen über die Zukunft der Fleischerzeugung: (von links) Andreas Neumann (VzF), Conrad Welp (VzF), Heiko Plate (VzF), Doris Schröder (NieKE), Astrid Grotelüsch (Niedersächsische Landwirtschaftsministerin), Steffen Reiter (German Meat), Helmut Brachtendorf (AgriKom) und Eckhard Koch (VzF).

BILD: NIEKE

derzeit zwar noch ein Großteil des Schweinefleischexports in die „alten“ EU-15-Länder. Doch Russland ist bereits nach Italien der größte Abnehmer von deutschem Schweinefleisch. Es folgen die Niederlande und Polen.

Die wichtigsten Absatzmärkte der Zukunft sieht Reiter in Süd- und Osteuropa. Seit 2004 hätten sich die Schweinefleischexporte allein in die Beitrittsländer der EU um 353 Prozent erhöht. Als Grund für die guten Exportaussichten in die Region Süd- und Osteuropa nannte Reiter das hohe dortige Verbrauchspotenzial von mehr als 400 Millionen Menschen und

die überdurchschnittlichen wirtschaftlichen Wachstumsraten mit positiven Auswirkungen auf den Fleischkonsum. Der German-Meat-Chef sieht neben Russland vor allem in der Ukraine, Rumänien, Kasachstan, aber auch in China besonders interessante Zukunftsmärkte.

## Hohes Exportpotenzial

Auch bei Rindfleisch steigen die Exportzahlen. Hier gehen sogar noch 89 Prozent in die „alten“ EU-15-Länder – umso größer scheint das Exportpotenzial in andere Märkte. Kritik übte Reiter an der staatlichen Absatzförderung für Fleisch. Sie liege in

Deutschland unter dem Niveau der Hauptkonkurrenzländer.

Absatzpotenzial für Fleisch auch auf dem deutschen Markt sieht Helmut Brachtendorf, Geschäftsführer der AgriKom in Bonn. Dafür brauche die deutsche Fleischindustrie aber eine neue Kommunikationsstrategie. Nach dem gerichtlich erzwungenen Zwangs-Aus für die Marketinggesellschaft CMA sei ein Kommunikations-Vakuum entstanden. Das Produkt Fleisch müsse positiver dargestellt werden. Kommuniziert werden müssten Begriffe wie Genuss, Qualität und Sicherheit, aber auch die Vorzüge

moderner Produktionsmethoden unter Betonung des Verbrauchernutzens, forderte Brachtendorf in Verden. Die Fleischindustrie habe hierfür Anfang Juni einen Verein gegründet mit dem Namen „WIR erzeugen Fleisch“.

## Hart arbeiten

Die Bedeutung der gesamten niedersächsischen Agrar- und Ernährungsindustrie hob in Verden die neue niedersächsische Landwirtschaftsministerin Astrid Grotelüsch hervor. Dies sei aber keinesfalls ein Grund, sich auf Erfolge auszuruhen. Für zukünftige Erfolge müsse weiter hart gearbeitet werden.