



PRESSEMITTEILUNG

Agrarexporte: 2020 erstmals positive Außenhandelsbilanz

AMA setzt auf neue Online-Maßnahmen und hofft auf ANUGA

(Wien, 6. Mai 2021) Im vergangenen Jahr verzeichnete Österreich – erstmals in der Geschichte der Statistik – eine positive Außenhandelsbilanz bei Agrarwaren und Lebensmittel. Das bedeutet: Österreich hat mehr Lebensmittel exportiert als importiert.

Die agrarischen Exporte wuchsen im vergangenen Jahr um 3,9 Prozent, die Importe blieben fast gleich. Die Ausfuhren überstiegen mit einem Wert von 12,8 Milliarden Euro die Einfuhren um 10,8 Millionen Euro. Die Handelsbilanz ist damit erstmals in der statistischen Geschichte positiv (Chart 1). Im Handel mit Deutschland ist die Differenz noch größer. Die Ausfuhren stiegen um 6,2 Prozent, die Einfuhren sanken um 3,5 Prozent. Das ergibt eine positive Handelsbilanz von 270 Millionen Euro (Chart 2). Die Agrarexporte hatten im vergangenen Jahr einen Anteil an Österreichs gesamten Waren- und Dienstleistungsexporten von neun Prozent, so viel wie noch nie (Chart 3).

„Wer hätte es für möglich gehalten, dass ausgerechnet im Krisenjahr 2020 solche Zuwächse erwirtschaftet werden? Die Landwirtschaft und die nachgelagerten Stufen haben hier Hand in Hand eine Meisterleistung vollbracht und ihre Krisenfestigkeit bewiesen. Man kann zu ihrer Performance nur gratulieren“, so Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing.

Deutschland ist und bleibt wichtig

Deutschland liegt mit einem Anteil von 36 Prozent an den gesamten Agrarexporten nach wie vor an erster Stelle. Auch die Ausfuhren Richtung Italien konnten im vergangenen Jahr trotz aller pandemiebedingten Schwierigkeiten leicht zulegen. Besonders erfreulich entwickelte sich der wertmäßige Zuwachs im Handel mit den Vereinigten Staaten, dem Drittplatzierten im Ranking der Exportländer (Chart 4).

In der Bestenliste der wertmäßig stärksten agrarischen Exportwaren beweist die Landwirtschaft ihre Kraft: Milchprodukte führen gefolgt von veredeltem Obst und Gemüse, Wurst-, Schinken- und Speckwaren. Milchprodukte, Wurst, Schinken und Speck sowie frisches Obst und Gemüse verzeichnen kräftige Zuwachsraten (Chart 5).

Besonders im Handel mit Deutschland machen diese landwirtschaftsnahen Produktgruppen den Löwenanteil aus. Milchprodukte führen die Statistik mit 661 Millionen Euro an, dahinter folgen Fleischwaren mit 378 Millionen Euro (Chart 6). Ein detaillierter Blick auf diese Segmente erklärt die positive Handelsbilanz. Weit mehr Milchprodukte und Käse gehen von Österreichs Produzenten in Richtung der deutschen Konsumenten als umgekehrt. Bei Fleischzubereitungen sind es gar dreimal so viele (Chart 7).



Erfreulich für die Wertschöpfung ist nicht nur die Tatsache, dass mehr Menge zu unserem großen Nachbarn exportiert wird. Vor allem ist der Wert pro Kilogramm gestiegen, bei Käse beispielsweise um 19 Cent pro Kilo (Chart 8).

Für die Fleischbranche war das vergangene Jahr herausfordernd. Die Gastronomie fehlte über weite Strecken als Abnehmer, Fälle von Afrikanischer Schweinepest in Deutschland brachten das Markt- und Preisgefüge zusätzlich durcheinander. Unter diesen Voraussetzungen haben sich die Exporte gut halten können. Die Ausfuhren von Rindfleisch nach Deutschland legten sogar zu. Asien wird als Exportmarkt für Schweinefleisch immer wichtiger (Chart 9).

Beteiligung an ANUGA geplant, neue Maßnahmen in Deutschland

Auch wenn zum jetzigen Zeitpunkt noch keine Garantie abgegeben werden kann, planen die heimischen Aussteller und die AMA, sich an der heurigen ANUGA in Köln zu beteiligen. „Wir hoffen sehr, dass wir im Oktober wieder direkte Kontakte mit den Einkäufern aus aller Welt pflegen können. Das `Land der Berge` - wie der Exportslogan der AMA lautet - hat so viele Geschichten zu erzählen und das funktioniert im persönlichen Gespräch genauso gut wie medial“, so Blass.

Wie in allen anderen Sektoren haben sich auch die Marketing-Maßnahmen der AMA in die Online-Welt verlegt. „Sehr positive Rückmeldung bekamen wir nach einer kürzlich durchgeführten Infoveranstaltung mit Käsebegleitung via Internet. Thekenkräfte erhielten ein Packerl mit einem ausgewählten Käsesortiment zugesandt. Eine Sennerin erklärte die Käse und wie und wo sie hergestellt wurden. Das Feedback war sehr positiv, sodass wir dieses Pilotprojekt ins Standardrepertoire unserer Maßnahmen aufnehmen möchten. Auch unsere zentrale Maßnahme der Absatzförderung, die Verkostungen am POS, mussten wir verändern. Wir setzen hier künftig auf unbegleitete Promotion im Infotainmentstil“, erklärt die AMA.

Seit 1. Jänner 2020 läuft das EU-kofinanzierte Export-Programm „Europe Home of Cheese“. Es wurde als Mehrländerprojekt gemeinsam mit Frankreich eingereicht und soll Käse aus Europa in neuen Märkten positionieren. Die AMA ließ etwa für den möglichen Exportmarkt Indien Markt- und Machbarkeitsstudien durchführen. Sie zeigen, dass europäischer Käse besonders durch Qualität punkten kann. Durch den zunehmenden Import von westlichen Gütern wie beispielsweise Wein steigt die Nachfrage nach Käse.

Darüber hinaus beinhaltet das laufende EU-Programm Online-Maßnahmen, wie Social Media, Online-Veranstaltungen und digitale Werbung. Dadurch gelang es, trotz den Einschränkungen durch die Pandemie auf den Zielmärkten USA und Kanada präsent zu sein.



Rückfragehinweis:

Manuela Schürr, Unternehmenskommunikation
+43 664 83 76 178, manuela.schuerr@amainfo.at

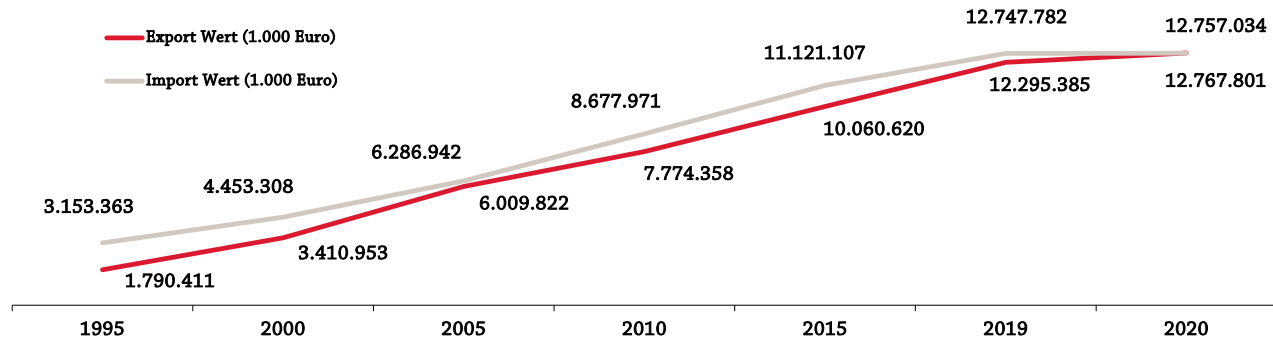
Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Lebensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit dem AMA-Gütesiegel und dem AMA-Biosiegel aus. Ihre Aufgaben sind gesetzlich geregelt. Die Finanzierung erfolgt über Agrarmarketingbeiträge der Landwirte, Mittel der Europäischen Union sowie Gebühren der Lizenznehmer.

Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH
Dresdner Straße 68a
1200 Wien, Postfach 214
UID ATU39009407
Firmenbuchnummer 135101d, HG Wien
Zertifiziert nach: ISO 9001:2015,
ISO 14001:2015, EMAS

Telefon +43 50 3151-404
Telefax +43 50 3151-499
manuela.schuerr@amainfo.at
www.amainfo.at

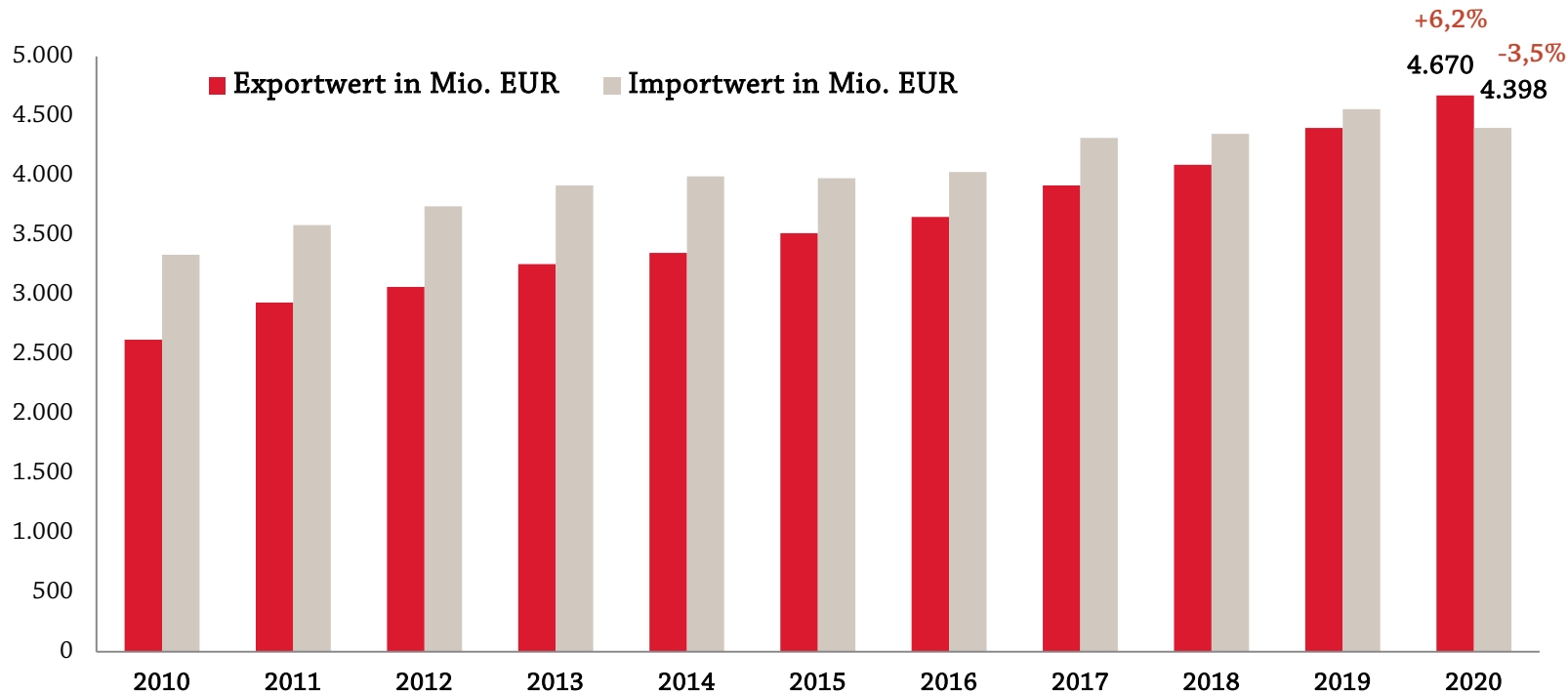
Österreichs Agrar-Außenhandel - Alle Länder

	1995	2000	2005	2010	2015	2019	2020	%-Ver. ggü 2019
Export Wert (1.000 Euro)	1.790.411	3.410.953	6.009.822	7.774.358	10.060.620	12.293.774	12.767.801	3,9
Export Menge (1.000 kg)	2.643.658	4.520.410	6.747.432	7.804.504	9.302.807	9.883.233	10.035.863	1,5
Export Wert/kg	0,68	0,75	0,89	1,00	1,08	1,29	1,27	
Import Wert (1.000 Euro)	3.153.363	4.453.308	6.286.942	8.677.971	11.121.107	12.735.337	12.757.034	0,2
Import Menge (1.000 kg)	3.363.014	4.476.236	6.448.740	7.764.181	9.771.700	10.156.780	10.389.095	2,3
Import Wert/kg	0,94	0,99	0,97	1,12	1,14	1,25	1,23	
Bilanz Wert (1.000 Euro)	-1.362.952	-1.042.355	-277.120	-903.613	-1.060.486	-441.563	10.767	
Bilanz Menge (1.000 kg)	-719.356	44.174	298.692	40.323	-468.893	-273.547	-353.232	



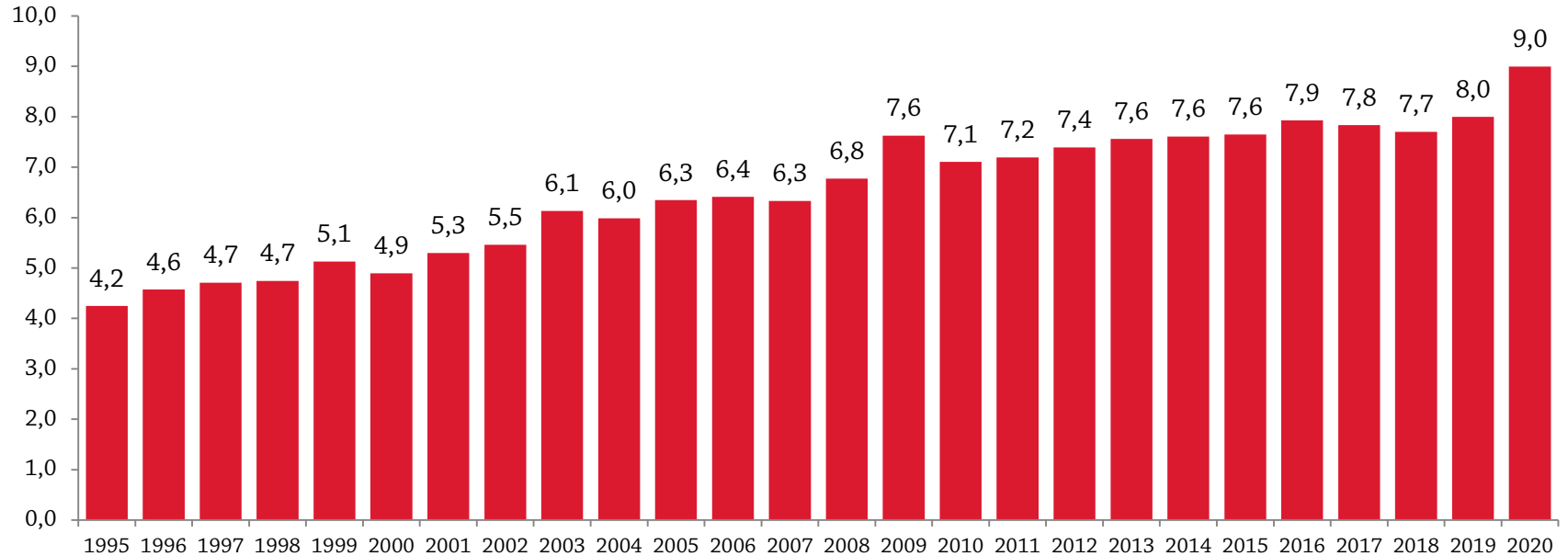
Deutschland: Österreich wird zum Nettoexporteur

Agrarischer Außenhandel (KO1-24) gesamt Österreich - Deutschland



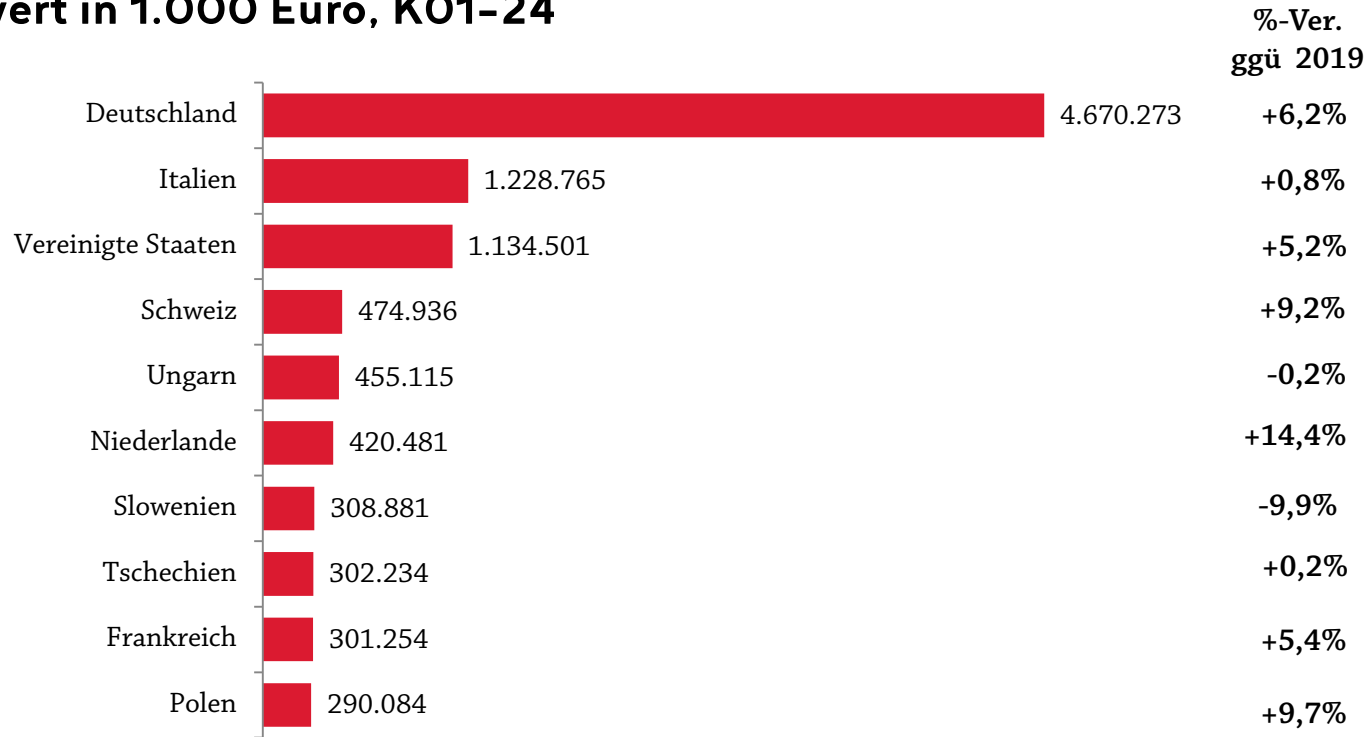
Anteil Agrarexport (K01-24) am Gesamtexport (K01-97) steigt aktuell auf 9 Prozent

wertmäßiger Anteil in %



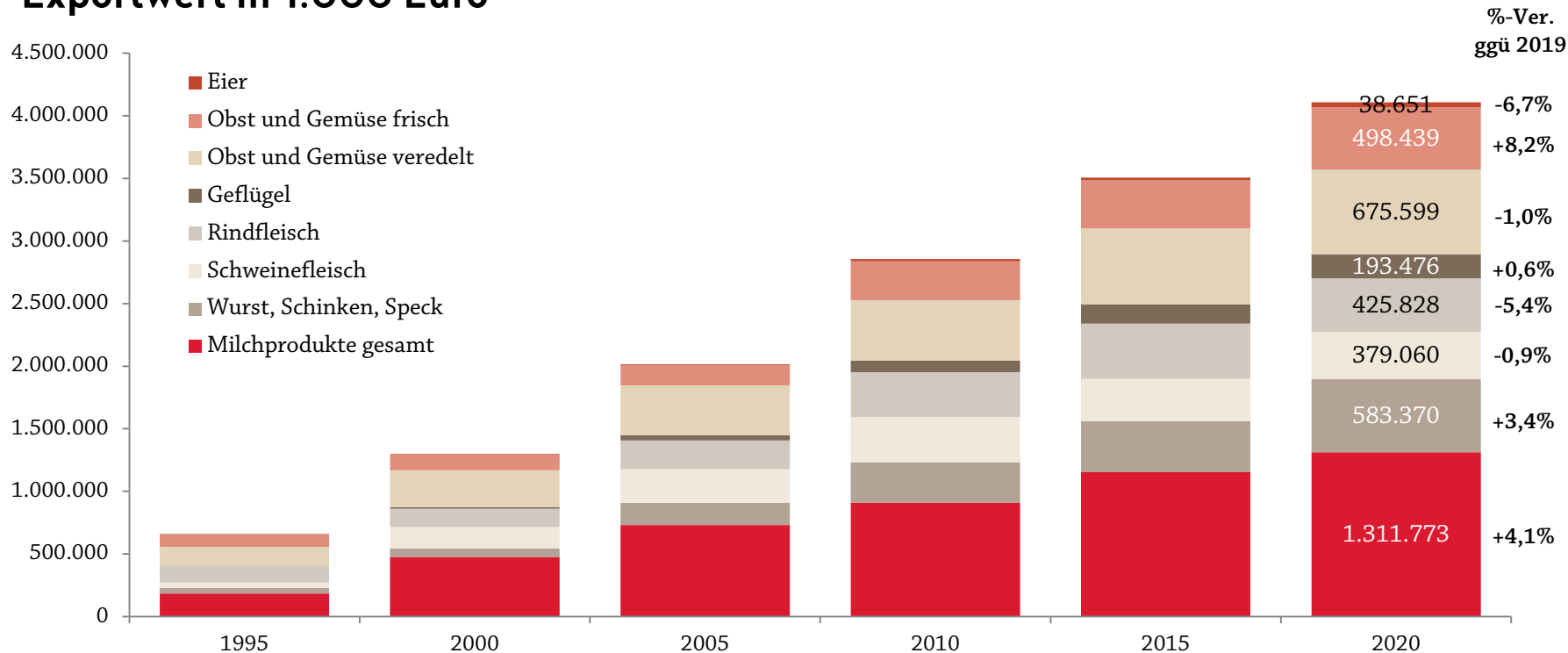
Österreichs Top 10 – Exportländer 2020

Exportwert in 1.000 Euro, K01-24



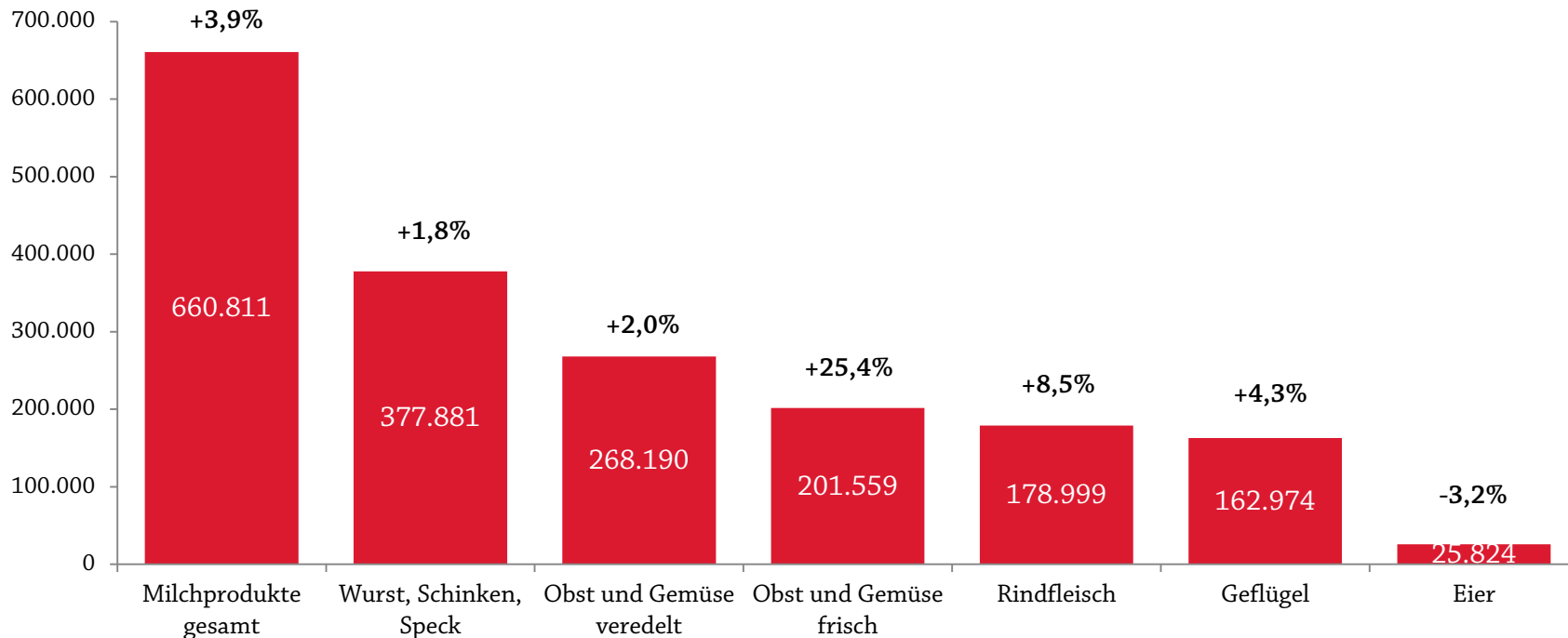
Ausgewählte Agrarwaren - Alle Länder

Exportwert in 1.000 Euro



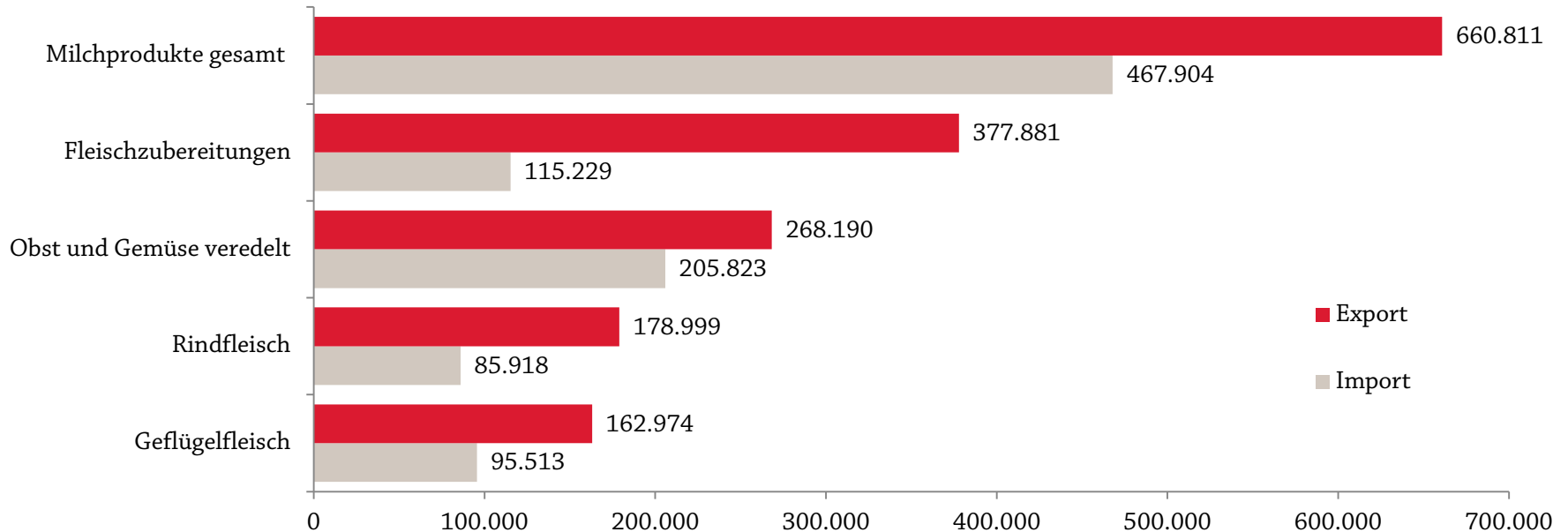
Ausgewählte Agrarwaren - Deutschland

Exportwert in 1.000 Euro, 2020 und %-Veränderung gegenüber 2019



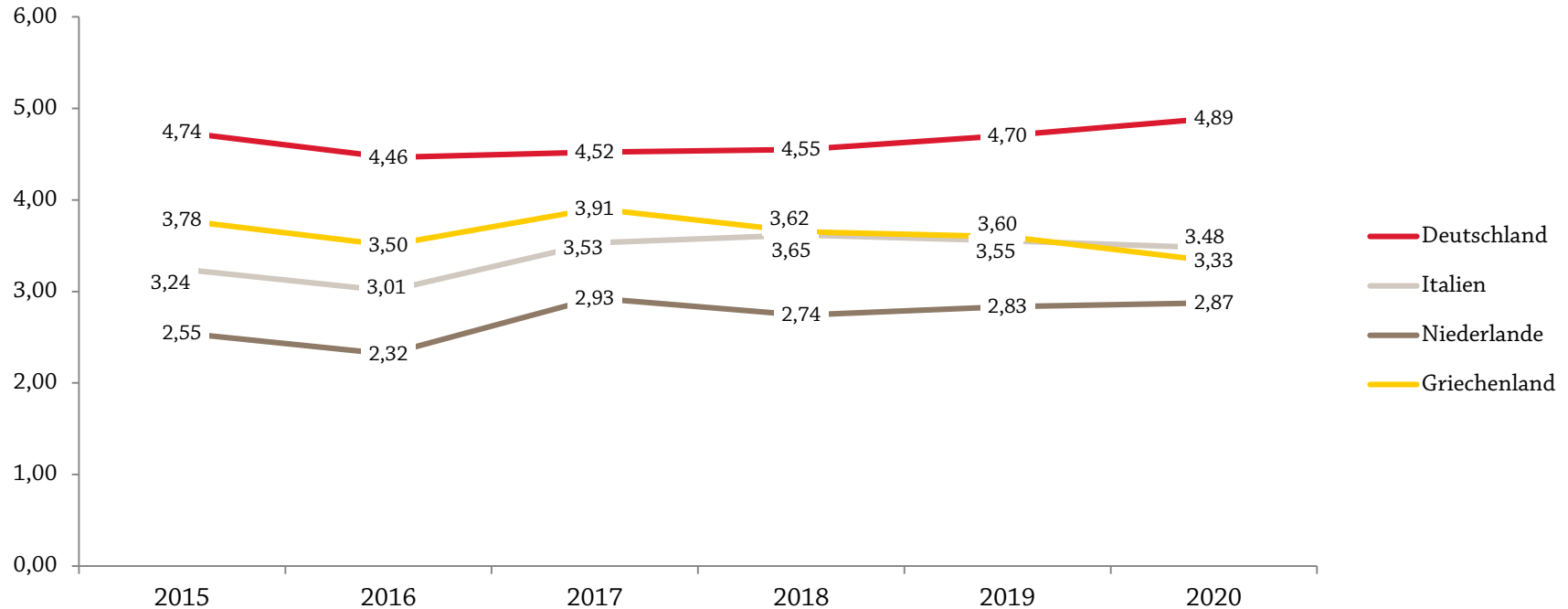
Außenhandel Österreich-Deutschland in ausgewählten Warengruppen

Exporte und Importe in 1.000 Euro, 2020



Top Exportländer Käse (0406)

Wert/kg, inkl. Schmelzkäse



Detailentwicklung Exporte Fleisch

Exportwert in 1.000 Euro

