

"Unser Erfolgsrezept ist die Nachfrageorientierung"

Interview mit Julia Hoffmann – Leiterin des Import Promotion Desk

Das Import Promotion Desk (IPD) setzt sich für die Förderung des Exporthandels in Entwicklungs- und Schwellenländern ein und unterstützt gleichzeitig deutsche Importeure bei der Suche nach alternativen Beschaffungsmärkten. Im Interview erläutert Dr. Julia Hoffmann, Leiterin des IPD, warum die Exportförderung ein unverzichtbares Instrument der internationalen Entwicklungszusammenarbeit ist und welche Strategie das IPD verfolgt, um Entwicklungsländern den Zugang zum deutschen und europäischen Markt zu öffnen.

Frau Dr. Hoffmann, welche Rolle spielt das Import Promotion Desk in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit?

Unser Ziel ist es, Entwicklungsländer besser in den globalen Handel zu integrieren und damit einen substanziellen Beitrag zur nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung in diesen Ländern zu leisten. Dabei agieren wir im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und beraten kleine und mittlere Unternehmen (KMU), wie sie ihre Produkte aus nachhaltiger Forst- und Landwirtschaft erfolgreich auf den Märkten in Deutschland und Europa einführen können. Dies geschieht in enger Kooperation mit den vor Ort in unseren Partnerländern tätigen Business Support-Organisationen, die unsere Unterstützungsleistungen für die Unternehmen langfristig fortführen sollen. Die Kernkompetenz des Import Promotion Desk ist hierbei eine entwicklungsorientierte Exportförderung. Das heißt, wir vermitteln exportierenden Unternehmen in Entwicklungs- und Schwellenländern das Wissen und die Kompetenzen, wie sie ihre Wettbewerbsfähigkeit auf dem internationalen Markt steigern können.

Was ist das Erfolgsrezept des IPD, um Exporteuren aus Entwicklungsländern einen besseren Zugang zum EU-Markt zu ermöglichen?

Unser Erfolgsrezept ist die Nachfrageorientierung. Das IPD fördert gezielt den Export von Produkten, für die es auf dem deutschen und europäischen Markt eine hohe Nachfrage gibt. Ein entscheidender Faktor ist dabei, dass die Nachfrage auf dem EU-Markt stark reglementiert ist. Das bedeutet, dass die Exporteure aus Entwicklungsländern die europäischen Standards im Hinblick auf nachhaltige Produktion und Qualitätssicherung zu erfüllen haben. Vielen Exporteuren aus Entwicklungsländern bleibt der Zugang zum EU-Markt nur deshalb verwehrt, weil ihnen die Kenntnisse über rechtliche Normen und Einfuhrbestimmungen sowie die notwendigen Zertifizierungen und vor allem auch die Kontakte zu europäischen Händlern fehlen. Genau hier setzt das IPD an: Wir bieten Exporteuren maßgeschneiderte Informationsangebote und Trainings zum Export-Marketing und beraten sie im gesamten Prozess des Qualitätsmanagements und bei der Zertifizierung ihrer Produkte. Darüber hinaus vermittelt das IPD den Exporteuren im Rahmen von Fachmessen wertvolle Geschäftskontakte zu potenziellen Kunden.

Gefördert vom

Durchgeführt von

Welchen Stellenwert hat die nachfrageorientierte Exportförderung als entwicklungspolitisches Instrument?

Die Exportförderung schafft in Entwicklungsländern wesentliche Anreize, um in den Aufbau von effizienten Wirtschaftsstrukturen zu investieren. Die Investitionen müssen sich für die Unternehmen aber auch lohnen. Durch die Nachfrageorientierung stellt das IPD sicher, dass die Unternehmen langfristig Absätze auf dem Exportmarkt erzielen. Bei der Auswahl der Produkte, die wir fördern, prüfen wir anhand von Marktstudien und Nachfrageanalysen sehr genau, welche Produkte eine wachsende Bedeutung auf dem deutschen und europäischen Markt haben. Stark nachgefragte Produkte sind zum Beispiel tropische Früchte, Kräuter und Gewürze, natürliche Zutaten für Lebensmittel, Pflanzenextrakte und Öle für Kosmetik und Pharmazie sowie technisches Holz.

Warum haben insbesondere Naturprodukte entwicklungspolitische Relevanz?

Zum einen gibt es insbesondere für hochwertige sowie biozertifizierte Naturprodukte eine zunehmende Nachfrage – gerade in diesem Sektor sind deutsche Importeure ständig auf der Suche nach neuen Beschaffungsmärkten und konsultieren das IPD, das sie beim Sourcing unterstützt. Zum anderen hat die Vermarktung hochwertiger Naturprodukte eine große Bedeutung für die nachhaltige Entwicklung im Bereich der Land- und Forstwirtschaft. Früher waren Entwicklungsländer in erster Linie Lieferanten für Rohstoffe. Wenn die Rohprodukte aber vor Ort auch weiterverarbeitet werden, entstehen ganz neue Wertschöpfungsketten – und damit auch neue Arbeitsplätze und neue Erwerbsquellen, insbesondere für die einkommensschwache Bevölkerung. Kurz gesagt: Die erhöhte Nachfrage nach ökologisch hergestellten Qualitätsprodukten wirkt wie ein Katalysator für nachhaltige Entwicklung. In der nachfrageorientierten Exportförderung liegt für die Entwicklungs- und Schwellenländer ein großes Potenzial, um den Sektor der Weiterverarbeitung zu stärken und damit Innovation und Beschäftigung zu generieren.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Ein gutes Beispiel ist Kirgistan, eines unserer Partnerländer. Die Planwirtschaft hatte in dem früheren Sowjetstaat verheerende Auswirkungen für die traditionelle Landwirtschaftskultur. In der Folge wurden wertvolle Agrarprodukte unverarbeitet zu Niedrigpreisen verkauft. Wenn sie überhaupt auf den europäischen Markt kamen, dann meist über türkische Zwischenhändler. Durch diesen Zwischenhandel ließen kirgisische Unternehmen wichtiges Wertschöpfungspotenzial ungenutzt. Die Exportförderung ist daher wesentlicher Bestandteil eines BMZ-Projekts zur Förderung nachhaltiger Wirtschaftsentwicklung in Kirgistan. Das IPD engagiert sich seit 2014 für das Projekt. Wir haben kirgisische Unternehmen darin bestärkt, die Veredelung ihrer Produkte selbst zu erbringen und ohne Zwischenstufe direkt in den europäischen Markt zu verkaufen. In Exportseminaren, die in Zusammenarbeit mit der GIZ und der kirgisischen Handelskammer stattfinden, informieren wir über die Anforderungen des deutschen und europäischen Marktes und vermitteln das nötige Wissen für einen Markteintritt.

Gefördert vom

Durchgeführt von

Kirgisische Händler bieten inzwischen ein vielfältiges Angebot an hochwertigen natürlichen Zutaten für die Lebensmittel- und Kosmetikindustrie und erfüllen die Qualitätsstandards des EU-Markts. Und auch auf der letzten Meile – beim sogenannten Matchmaking – haben wir die kirgisischen Exporteure begleitet. Das IPD hat ihnen die Teilnahme an verschiedenen Fachmessen ermöglicht, auf denen sie ihre zertifizierten Produkte deutschen Importeuren vorstellen konnten. Unter anderem hat das IPD auf der Lebensmittelmesse BIOFACH 2016 in Nürnberg erstmals Bio-Walnüsse aus Kirgistan präsentiert. Das Interesse deutscher Importeure an Produkten aus Kirgistan – neben Walnüssen besonders auch Aprikosenkernöl – ist also geweckt. Gleiches gilt auch für Produkte aus unseren weiteren Partnerländern, darunter zum Beispiel Kaktusfeigenkernöl aus Tunesien, Kokosnusszucker aus Indonesien, ätherische Öle, Kräuter und Tee aus Nepal, Honig aus Äthiopien oder Superfoods wie Quinoa, Chia und Maca aus Peru. Das IPD kann den deutschen Importeuren eine ganze Reihe interessanter Neuheiten anbieten.

Gefördert vom

Durchgeführt von