



Pressemitteilung

Aktuelle Studie zum AgriFoodBusiness am Standort Deutschland

- Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat das deutsche AgriFoodBusiness gut überstanden
- Politikeinfluss darf die Leistungsfähigkeit der Branche nicht überstrapazieren

Gießen, 18. Mai 2010. Die ökonomische Leistung und der gesellschaftliche Wert des AgriFoodBusiness werden in der Öffentlichkeit und von den politischen Entscheidungsträgern tendenziell unterschätzt. Mit knapp 20 % am Verbraucherbudget und 11,5 % der Beschäftigten gehört es zu den größten und umsatzstärksten Branchen in unserer Volkswirtschaft. Das AgriFoodBusiness ist zudem seit Jahrzehnten eine vergleichsweise produktive und innovative Branche mit deutlichen Leistungssteigerungen, strukturellen Anpassungen und einer zunehmend internationalen Ausrichtung.

Die Studie verdeutlicht die Leistungsfähigkeit des AgriFoodBusiness, zeigt aber auch auf, dass die wirtschafts- und agrarpolitischen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU die Bemühungen der Branche erschweren, auf europäischen und internationalen Märkten ihre Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig weiter auszubauen. Zahlreiche nationale Sonderregelungen belasten insbesondere das deutsche AgriFoodBusiness im gemeinsamen Binnenmarkt und stellen ein ernst zu nehmendes Wettbewerbshemmnis dar.

Der Autor der Studie, Prof. Dr. P. Michael SCHMITZ, Direktor des Instituts für Agribusiness, empfiehlt daher: „Politik sollte zukünftig mit mehr Augenmaß betrieben werden und die Leistungsfähigkeit der Branche nicht überstrapazieren, gerade auch im Hinblick auf neue Forderungen nach mehr Klimaschutz und Biodiversität. Agrarpolitisch muss die Branche von ihren Fesseln befreit werden, um an der Dynamik der Weltmärkte teilnehmen zu können“. Auch mit Blick auf die hervorragenden Exportmöglichkeiten lautet das Fazit der Studie, dass gute Regierungsarbeit, weitere strukturelle Anpassungen, verbessertes



Risikomanagement, professionelles Exportmarketing und die verstärkte Zusammenarbeit in der Nahrungskette bis hin zu den großen Discountern die Schlüssel für eine Verbraucher orientierte Ausrichtung des deutschen AgriFoodBusiness sind und somit für eine dauerhafte Wettbewerbsfähigkeit der Branche.

Die Studie Nr. 24 „Bedeutung des AgriFoodBusiness am Standort Deutschland“ (ISSN 1434-9787) ist zum Preis von 30,- Euro zzgl. Versandkosten zu beziehen über das Institut für Agribusiness, Senckenbergstr. 3, 35390 Gießen, Tel. 0641-9937075 oder info@agribusiness.de.