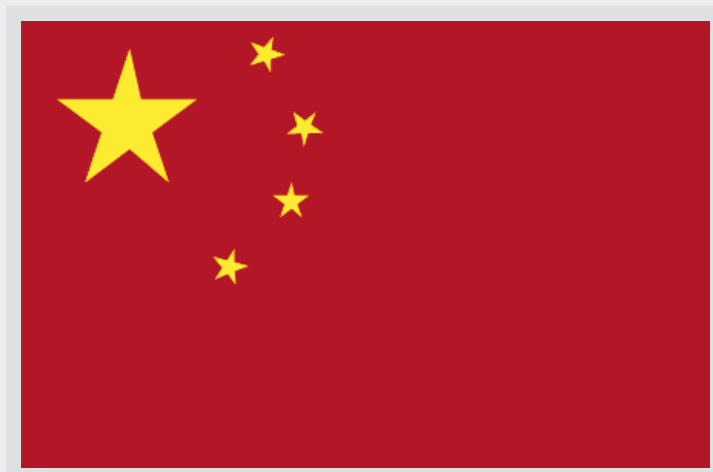




Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft

# Der Fleischmarkt in China

Marktanalyse im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft / Dezember 2014





## **Inhalt**

<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>1</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>3</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>4</b>
<b>1 Projekthintergrund und Ziele.....</b>	<b>7</b>
1.1 <i>Projekthintergrund</i> .....	7
1.2 <i>Zielsetzung Marktanalyse</i> .....	8
<b>2 Methodik.....</b>	<b>9</b>
<b>3 Gesamtwirtschaftlicher Überblick China.....</b>	<b>11</b>
3.1 <i>Länderkurzinformation</i> .....	11
3.2 <i>Politisches System</i> .....	15
3.3 <i>Wirtschaftslage und Außenwirtschaftspolitik</i> .....	17
3.4 <i>Bevölkerung</i> .....	20
<b>4 Fleischwirtschaft China.....</b>	<b>26</b>
4.1 <i>Schweinefleischwirtschaft in China</i> .....	29
4.1.1 <i>Landwirtschaftliche Produktion von Schweinefleisch</i> .....	32
4.1.2 <i>Gewinnung von Schweinefleisch – Schlachtung/Zerlegung</i> .....	39
4.1.3 <i>Fleischwarenherstellung – Verarbeitung von Schweinefleisch</i> .....	42
4.1.4 <i>Vermarktung von Schweinefleisch</i> .....	42
4.1.5 <i>Konsum von Schweinefleisch</i> .....	45
4.2 <i>Geflügelfleischwirtschaft in China</i> .....	50
4.2.1 <i>Landwirtschaftliche Produktion von Geflügelfleisch</i> .....	51
4.2.2 <i>Gewinnung von Geflügelfleisch – Schlachtung/Zerlegung</i> .....	59
4.2.3 <i>Fleischwarenherstellung – Verarbeitung von Geflügelfleisch</i> .....	61
4.2.4 <i>Vermarktung von Geflügelfleisch</i> .....	61
4.2.5 <i>Konsum von Geflügelfleisch</i> .....	62

4.3	<i>Rindfleischproduktion in China</i> .....	66
4.3.1	Landwirtschaftliche Produktion von Rindfleisch .....	67
4.3.2	Gewinnung von Rindfleisch – Schlachtung/Zerlegung .....	70
4.3.3	Fleischwarenherstellung – Verarbeitung von Rindfleisch.....	71
4.3.4	Vermarktung von Rindfleisch.....	72
4.3.5	Konsum von Rindfleisch.....	72
<b>5</b>	<b>Gesetzliche Regelungen zum Fleischimport .....</b>	<b>76</b>
5.1	<i>Außenhandel</i> .....	76
5.2	<i>Importbedingungen und -abwicklungen</i> .....	108
5.3	<i>Importablauf</i> .....	113
5.4	<i>Zollbestimmungen</i> .....	127
<b>6</b>	<b>Adressmaterial .....</b>	<b>130</b>
6.1	<i>Messen</i> .....	130
6.2	<i>Fachpresse</i> .....	131
6.3	<i>Importeure</i> .....	132
6.4	<i>Lebensmittelindustrie</i> .....	133
<b>7</b>	<b>Ableitung von Chancen deutscher Exporteure .....</b>	<b>136</b>
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>141</b>
<b>9</b>	<b>Literatur.....</b>	<b>146</b>
<b>10</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>155</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Organigramm der KPCh .....	15
Abbildung 2:	Chinas Import- und Exportpartner 2013 .....	18
Abbildung 3:	Ausgaben der städtischen chinesischen Bevölkerung für Lebensmittel .....	22
Abbildung 4:	Entwicklung des Fleischkonsums in China .....	29
Abbildung 5:	Entwicklung der Schweinefleischproduktion in China .....	30
Abbildung 6:	Entwicklung der Anzahl von Schlachtschweinen in China .....	32
Abbildung 7:	Anzahl Schlachtschweine nach Regionen .....	33
Abbildung 8:	Entwicklung der Struktur der Schweineproduktionsbetriebe .....	35
Abbildung 9:	Preisentwicklung von Lebendschweinen und Schweinefleisch.....	38
Abbildung 10:	Erwartete Entwicklung des Anteils der Art der Schlachtung .....	39
Abbildung 11:	Schlachtkapazitäten und die geschätzte Anzahl der Schlachtungen.....	40
Abbildung 12:	Entwicklung der geschlachteten Schweine in Großschlachtereien.....	41
Abbildung 13:	Entwicklung des Großhandelspreises für Schweinefleisch .....	44
Abbildung 14:	Entwicklung der Einzelhandelspreise für Schweinefleisch .....	45
Abbildung 15:	Entwicklung des Pro-Kopf-Konsums von Schweinefleisch .....	46
Abbildung 16:	Regionaler Pro-Kopf-Verzehr von Schweinefleisch .....	47
Abbildung 17:	Geflügelfleischproduktion in China.....	51
Abbildung 18:	Anzahl des Schlachtgeflügels .....	52
Abbildung 19:	Entwicklung der Anzahl der Masthähnchenbetriebe .....	53
Abbildung 20:	Entwicklung der Masthähnchenbetriebe verschiedener Größenkategorien...	55
Abbildung 21:	Entwicklung der Erzeugerpreise von Hähnchen.....	57
Abbildung 22:	Entwicklung der Erzeugerpreise von Lebendenten und Entenfleisch .....	58
Abbildung 23:	Entwicklung von Erzeugerpreisen von Lebendgänsen und Gänsefleisch .....	59
Abbildung 24:	Entwicklung des Großhandelspreises für Hähnchenfleisch.....	60
Abbildung 25:	Entwicklung der Einzelhandelspreise für Hähnchen .....	61
Abbildung 26:	Entwicklung des Pro-Kopf-Verzehrs von Geflügelfleisch .....	63
Abbildung 27:	Regionaler Pro-Kopf-Verzehr von Geflügelfleisch.....	64
Abbildung 28:	Rindfleischproduktion in China und weltweit .....	66
Abbildung 29:	Entwicklung der Anzahl der Fleischrinder .....	68
Abbildung 30:	Anzahl der Fleischrinder in den einzelnen Regionen Chinas .....	69
Abbildung 31:	Entwicklung des Großhandelspreises für Rindfleisch.....	70

Abbildung 32: Entwicklung des Einzelhandelspreises für Rindfleisch .....	71
Abbildung 33: Entwicklung des Pro-Kopf-Verzehrs von Rindfleisch .....	73
Abbildung 34: Regionaler Pro-Kopf-Verzehr von Rindfleisch .....	74
Abbildung 35: Entwicklung von Chinas Importen und Exporten.....	77
Abbildung 36: Chinas Lieferländer für Fleisch und genießbare Schlachterzeugnisse .....	81
Abbildung 37: Chinas Importe von Fleisch und genießbaren Schlachterzeugnissen .....	81
Abbildung 38: Chinas Schweinefleischimporte aus Deutschland .....	84
Abbildung 39: Durchschnittliche Importpreise für Schweinefleisch.....	86
Abbildung 40: Durchschnittliche Importpreise für Rindfleisch .....	91
Abbildung 41: Chinas Importe von Schlachtnebenerzeugnissen aus Deutschland .....	96
Abbildung 42: Durchschnittliche Importpreise für Schlachtnebenerzeugnisse .....	97
Abbildung 43: Durchschnittliche Importpreise für Geflügelfleisch .....	101
Abbildung 44: Durchschnittliche Importpreise für Würste und ähnliche Erzeugnisse .....	105
Abbildung 45: Durchschnittliche Importpreise für haltbar gemachtes Fleisch .....	106
Abbildung 46: Importprozess und Vertriebswege für importiertes Fleisch in China .....	114
Abbildung 47: Zeit- und Kostenaufwand für die Abfertigung von Fleischimporten .....	123

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1:	Absatzwege für Schweinefleisch in China.....	43
Tabelle 2:	Absatzwege für Geflügelfleisch in China .....	62
Tabelle 3:	Absatzwege für Rindfleisch in China.....	72
Tabelle 4:	Chinas Importe von Fleisch und genießbaren Schlachterzeugnissen.....	79
Tabelle 5:	Chinas Exporte von Fleisch und genießbaren Schlachterzeugnissen.....	80
Tabelle 6:	Chinas Schweinefleischimporte .....	82
Tabelle 7:	Chinas Top-3-Lieferländer von Schweinefleisch.....	83
Tabelle 8:	Importpreise für Schweinefleisch nach Lieferländern .....	86
Tabelle 9:	Chinas Rindfleischimporte .....	88
Tabelle 10:	Chinas Top-3-Lieferländer von frischem und gekühltem Rindfleisch.....	89
Tabelle 11:	Chinas Top-3-Lieferländer von gefrorenem Rindfleisch .....	90
Tabelle 12:	Importpreise für frisches Rindfleisch nach Lieferländern.....	92
Tabelle 13:	Importpreise für gefrorenes Rindfleisch nach Lieferländern .....	92
Tabelle 14:	Chinas Importe von Schlachtnebenerzeugnissen .....	94
Tabelle 15:	Chinas Top-3-Lieferländer von Schlachtnebenerzeugnissen .....	95
Tabelle 16:	Importpreise für Schlachtnebenerzeugnisse nach Lieferländern.....	97
Tabelle 17:	Chinas Geflügelfleischimporte.....	99
Tabelle 18:	Chinas Top-3-Lieferländer von Geflügelfleisch .....	100
Tabelle 19:	Importpreise für Geflügelfleisch nach Lieferländern.....	101
Tabelle 20:	Chinas Importe von Fleischzubereitungen .....	102
Tabelle 21:	Chinas Top-3-Lieferländer von Würsten und ähnlichen Fleischerzeugnissen. ....	103
Tabelle 22:	Chinas Top-3-Lieferländer von haltbar gemachtem Fleisch.....	104
Tabelle 23:	Importpreise für Würste und ähnliche Fleischerzeugnisse nach Lieferländern .....	105
Tabelle 24:	Importpreise für haltbar gemachtes Fleisch nach Lieferländern .....	106
Tabelle 25:	Lebensmittelgesetze, Richtlinien und Standards für den Fleischimport .....	110
Tabelle 26:	Zuständige Behörden für den Fleischimport .....	111
Tabelle 27:	Die wichtigsten Einzelhandelsunternehmen Chinas 2012 .....	126

## **Abkürzungsverzeichnis**

AQSIQ	Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations
Bio.	Billion(en)
BIP	Brutto-Inlands-Produkt
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (ab Dez. 2013)
BMELV	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (bis Dez. 2013)
BRIC	Brasilien, Russland, Indien, China
BSE	Bovine Spongiforme Enzephalopathie
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CIF	Cost, Insurance and Freight
CIQ	China Inspection and Quarantine Services
CNCA	Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China
Co., Ltd.	Limited Company
d. h.	das heißt
et al.	et alia
EU	Europäische Union
EUR	Euro
FIE	Foreign Invested Enterprise
GACC	General Administration of Customs of the People's Republic of China
GB	Guo Biao
GCC	Cooperation Council for the Arab States of the Gulf
HoReCa	Hotels/Restaurants/Catering
HS	Harmonisiertes System
i. d. R.	in der Regel
ISPM	Internationaler Standard für Pflanzenschutzmaßnahmen
kg	Kilogramm
km	Kilometer
km <sup>2</sup>	Quadratkilometer



KMU	kleine und mittlere Unternehmen
KPCh	Kommunistische Partei China
m	Meter
mm	Millimeter
MFN	Most Favored Nation
Mio.	Million(en)
MOFCOM	Ministry of Commerce of the People's Republic of China
MOH	Ministry of Health of the People's Republic of China
MQIP	Meat Quarantine Permit
Mrd.	Milliarde(n)
n. Chr.	nach Christus
NDF	Non Deliverable Forwards
NDO	Non Deliverable Options
nes	not elsewhere specified
No.	Number
o. J.	ohne Jahr
PRRS	Porzines Reproduktives und Respiratorisches Syndrom
RF	Refrigerated (reefer) container
RMB	Renminbi
SAC	Standardization Administration of China
SAIC	State Administration for Industry and Commerce
SAP	Ständiger Ausschuss des Politbüros
SFDA	State Food and Drug Administration
t	Tonne(n)
TPP	Trans-Pacific Partnership
TTIP	Transatlantic Trade and Investment Partnership
u. a.	unter anderem
USA	United States of America
USDA	United States Department of Agriculture
USD	US-Dollar
UTC	Universal Time, Coordinated
v. a.	vor allem

VAT	Value Added Tax
v. Chr.	vor Christus
vgl.	vergleiche
WTO	World Trade Organization
z. B.	zum Beispiel

# **1 Projekthintergrund und Ziele**

## **1.1 Projekthintergrund**

Die Volksrepublik China zählt zu den größten Volkswirtschaften der Welt, die weiterhin wachstumsorientiert sind. Das sogenannte Reich der Mitte wird seit dem Krisenjahr 2009 auch als ein Motor der Weltwirtschaft angesehen. Auf dem Lebensmittelmarkt ist China bereits weltweit der größte Markt und verdrängt die USA auf die zweite Position. Für diesen Trend sind vor allem die steigende Bevölkerungszahl sowie steigende Einkommen verantwortlich (BMELV, 2013b). Dies macht den chinesischen (Lebensmittel-)Markt für ausländische Unternehmen zunehmend attraktiv. Insbesondere der Fleischmarkt ist aufgrund des steigenden Fleischverbrauchs der chinesischen Bevölkerung für Exportunternehmen interessant. Während sich der Fleischkonsum in Deutschland leicht rückläufig entwickelt (Heinrich-Böll-Stiftung et al., 2014), wird für andere Länder, wie China oder Russland, ein Wachstum prognostiziert. Bis 2023 soll sich der Fleischkonsum in China, vor allem für Geflügel- und Schweinefleisch, um etwa 8 kg/Kopf erhöhen. Auch bezüglich der Nachfrage nach Rindfleisch kann von einer Zunahme ausgegangen werden. Insgesamt wird für China bis 2020 ein Anstieg des Fleischverbrauchs von 35 % prognostiziert (Germany Trade & Invest, 2013). Im Zuge dessen wird sich auch die globale Fleischproduktion von aktuell 300 Mio. t auf 500 Mio. t in 2050 ausweiten (Zeit online, 2014). Der Anstieg des Fleischkonsums in China liegt in dem steigenden Bevölkerungswachstum, steigenden Einkommen, der Urbanisierung sowie sich wandelnden Ernährungsgewohnheiten begründet (Heinrich-Böll-Stiftung et al., 2014).

Gegenwärtig zeigt die Mittelschicht Chinas eine höhere Bereitschaft mehr für Lebensmittel zu bezahlen bzw. einen höheren Anteil ihres Einkommens beispielsweise für den Außer-Haus-Verzehr auszugeben. Ein weiterer Trend: Importierte Lebensmittel werden von Chinesen aufgrund der Vielzahl heimischer Lebensmittelskandale – etwa Melamin in Babynahrung – bevorzugt (BMELV, 2013b). Zusätzlich ist China, bedingt durch Restriktionen der landwirtschaftlichen Nutzfläche, auf Nahrungsmittelimporte angewiesen (BMEL, 2014; Trentmann, 2011). Aufgrund ungünstiger klimatischer Bedingungen sowie des Mangels an Wasser und potenziellen Agrarflächen entstehen große Versorgungslücken (Meyer-Radtke, 2013).

Vor diesem Hintergrund eröffnet sich nicht nur für Deutschland, sondern auch für andere große Fleischnationen eine Vielzahl neuer Exportmöglichkeiten. Jedoch ist die Erschließung des chinesischen Marktes oftmals mit Schwierigkeiten verbunden. Zu diesem Zweck soll die vorliegende Studie deutschen Exporteuren einen aktuellen Überblick des chinesischen Marktes geben und Potenziale für den Absatz deutscher Fleischwaren auf dem chinesischen Markt aufzeigen. Insbesondere klein- und mittelständisch geprägte Unternehmen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft sind bei dem Vorhaben, neue Märkte zu erschließen, auf Unterstützung angewiesen, um nachhaltig auf dem Zielmarkt bestehen zu können.

## **1.2 Zielsetzung Marktanalyse**

Im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft hat die Agrifood Consulting eine Studie über den chinesischen Fleischmarkt erstellt. Diese Studie richtet sich an Akteure der deutschen Fleischwirtschaft, die den chinesischen Fleischmarkt erschließen möchten.

China ist ein kaufkräftiger Auslandsmarkt, der für die deutsche Fleischwirtschaft gute Absatzchancen bietet. Die strategische Erschließung des chinesischen Marktes ist jedoch insbesondere für klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) oftmals mit großen Herausforderungen verbunden, weil häufig nur wenige oder keine Marktinformationen vorliegen. Zusätzlich sind viele Key-Player im Markt für ausländische Unternehmen nicht auffindbar bzw. kaum zu recherchieren, wodurch der Informationsbedarf weiter wächst. Jedoch sind für Unternehmen ohne Zugang zu relevanten Marktinformationen die Chancen und Potenziale des eigenen Unternehmens auf dem ausländischen Markt nur schwer abschätzbar. Vor allem Märkte außerhalb der europäischen Grenzen mit zum Teil deutlich anderen Kulturen, Traditionen und Ernährungsgewohnheiten sowie Geschäftspraktiken weisen hohe Eintrittsbarrieren auf (weiterführende Informationen zur Geschäftspraxis in China sind der Zielgruppenanalyse „Der chinesische Markt für Lebensmittel und Getränke 2013“<sup>1</sup> des BMELV zu entnehmen). Zusätzlich zu diesem Informationsbedarf sind aktuelle Daten zum Importvolumen sowie zu den Produktionsbedingungen und Preisentwicklungen für exportinteressierte Unternehmen wichtiger Bestandteil zur Entwicklung geeigneter Markteintrittsstrategien. Diesbezüglich sind

---

<sup>1</sup> [http://www.agrarexportfoerderung.de/fileadmin/SITE\\_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/ZGA-China-Lebensmittel-Getraenke.pdf](http://www.agrarexportfoerderung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/ZGA-China-Lebensmittel-Getraenke.pdf).

auch die gesonderten Importanforderungen für Unternehmen von Interesse. Importprozesse können unter Umständen vor allem bei Erstimporten sehr langwierig sein. Formulare und Anträge müssen bei den zuständigen Behörden angefragt werden und es müssen die Importbestimmungen insbesondere bei Produkten tierischen Ursprungs eingehalten werden. Hier soll die Studie Unternehmen eine Hilfestellung geben und Importprozesse abbilden bzw. den Verlauf von Importprozessen vereinfacht darstellen.

Das übergeordnete Ziel dieser Studie liegt jedoch darin, das Absatzpotenzial deutscher Fleischprodukte in China zu erhöhen, den Kreis der exportierenden Unternehmen zu vergrößern sowie deren Wettbewerbsfähigkeit zu stärken. Die Studie vermittelt daher länderspezifische Marktzugangserfordernisse und Informationen zu Marktchancen für deutsche Fleischexporteure. Darüber hinaus bieten praktische Hinweise Unternehmen der deutschen Fleischwirtschaft elementare Hilfestellung beim Aufbau von Exportbeziehungen.

## **2 Methodik**

Die methodische Umsetzung der Marktanalyse erfolgte zunächst über eine intensive Literatur- und Internetrecherche und wurde um Expertengespräche ergänzt. Um dem interessierten Leser ein Grundverständnis der besonderen Anforderungen des chinesischen Fleischmarktes zu vermitteln, wurden zunächst Informationen zu der chinesischen Kultur, einschließlich der besonderen Feste, sowie zum chinesischen Markt zusammengestellt. Zusätzlich wurden im Rahmen der Literaturanalyse einschlägige vorangegangene Studien und Untersuchungen zum Fleischmarkt in China recherchiert und vor dem Hintergrund der vorliegenden Studieninhalte analysiert und aufbereitet. Die Ergebnisse der Literaturanalyse wurden im Zuge einer intensiven Internetrecherche um aktuelle Daten zu Import- und Exportmengen sowie Preisentwicklungen, Produktions- und Konsummengen ergänzt. Die Daten wurden zunächst über verschiedene Datenbanken und Statistikportale erfasst. Zusätzlich erfolgte eine Datenabfrage bei verschiedenen Instituten, die auf dem chinesischen Fleischmarkt agieren bzw. die über Kenntnisse des chinesischen Marktes verfügen. Hierzu wurden Statistikämter, Verbände, Botschaften, Universitäten sowie Beratungsunternehmen kontaktiert.

Zur Ergänzung der Sekundärdaten sowie der statistischen Daten wurden Gespräche mit unterschiedlichen Branchenexperten durchgeführt, um die Besonderheiten des chinesischen Mark-

tes darzustellen und Einschätzungen hinsichtlich des Potenzials deutscher Unternehmen, sich auf dem chinesischen Markt zu positionieren, zu erhalten. Zudem sollten die Gespräche Experteneinschätzungen zu Marktentwicklungen bezüglich des Fleischmarktes von Rind-, Schweine- und Geflügelfleisch in China widerspiegeln. Die qualitativen Interviews wurden telefonisch mit Vertretern von Universitäten oder wissenschaftlichen Institutionen durchgeführt. Für die offene, teilstandardisierte Befragung wurde zuvor ein Gesprächsleitfaden erstellt, um den Verlauf der Telefoninterviews zu steuern. Auf diese Weise konnte gewährleistet werden, dass bestimmte Themengebiete im Gesprächsverlauf berücksichtigt und der Gesprächsfluss aufrechterhalten wurde. Die Nutzung eines Gesprächsleitfadens sieht eine logische Abfolge der Fragestellung (roter Faden) vor, wobei der Interviewer jederzeit bei interessanten Aussagen weiter nachfragen und auf deren Inhalt näher eingehen kann. Der Gesprächsleitfaden bestand aus Fragen zu Besonderheiten des chinesischen Marktes, zu Anforderungen chinesischer Importeure an deutsche Exporteure sowie zum Potenzial des chinesischen Fleischmarktes.

Zunächst wird im Rahmen der Marktstudie ein Überblick des Landes und der Gesamtwirtschaft Chinas vermittelt. Nachfolgend wird die chinesische Fleischwirtschaft dargestellt. Im Detail werden Produktion, Verarbeitung, Vermarktung und Konsum beleuchtet. Des Weiteren werden die Eckdaten des chinesischen Außenhandels mit Fleisch dargestellt sowie die Rahmenbedingungen und der Ablauf des Imports beschrieben und erläutert. Im Folgenden werden für den Fleischsektor relevante Kontakte und Messeveranstaltungen genannt. Schließlich werden Chancen für deutsche Exporteure abgeleitet und Handlungsempfehlungen für die Erschließung des wachsenden chinesischen Fleischmarktes gegeben.

Die Mengen- und Wertangaben wurden in dieser Studie einheitlich in Tonne bzw. Euro vorgenommen. Dazu mussten einige Kennzahlen umgerechnet werden. Hieraus können sich leichte Rundungsfehler von +/- einer Einheit ergeben. Die Wertangaben wurden anhand der durchschnittlichen Jahreswechselkurse der Deutschen Bundesbank ermittelt. Die Berechnung der durchschnittlichen Importpreise in China sowie die der Importpreise ausgewählter Lieferländer erfolgte auf Basis der Daten zu Importmengen und Importwerten der Datenbank UN Comtrade der Vereinten Nationen.

### **3 Gesamtwirtschaftlicher Überblick China**

#### **3.1 Länderkurzinformation**

Die Volksrepublik China, das „Reich der Mitte“, ist von 14 Nachbarstaaten umgeben und ist mit 1,36 Mrd. Einwohnern das bevölkerungsreichste Land der Erde (Statista, 2014). China grenzt im Norden an Russland und die Mongolei, im Osten an die Volksrepublik Korea, im Süden an Vietnam, Laos, Myanmar, Bhutan, Nepal und Indien sowie im Westen an Pakistan, Afghanistan, Tadschikistan, Kirgisistan und Kasachstan. Im Südosten ist das Land durch das Südchinesische Meer begrenzt, während es im Osten an das Gelbe und das Ostchinesische Meer anschließt (GIZ, o. J.). Mit einer Fläche von 9,6 Mio. km<sup>2</sup> ist es nach Russland (17,1 Mio. km<sup>2</sup>), Kanada (10 Mio. km<sup>2</sup>) und den USA (9,8 Mio. km<sup>2</sup>) das viertgrößte Land der Welt (Statista, 2014). China erstreckt sich vom 18. bis zum 53. Grad nördlicher Breite und vom 73. bis zum 135. Grad östlicher Länge. Die Entfernung vom äußersten Norden bis zum südlichsten Punkt des Landes beträgt etwa 4.500 km, während die Ost-West-Ausdehnung etwa 4.200 km erreicht (GIZ, o. J.). Die Volksrepublik China umspannt die geografische Länge von fünf Zeitzonen. Das Land ist jedoch einer einzigen Zeitzone zugeordnet (UTC+8), was die Kommunikation und den Handel erleichtern soll (China Insider, 2013).

Die Volksrepublik China ist zu zwei Dritteln von Gebirgen, Hochplateaus und Hügellandschaften bedeckt. Dabei steigt das Land von Osten nach Westen stufenweise an: Im Osten befinden sich die fruchtbaren Schwemmebenen, die von den Flussdeltas der großen Flüsse gebildet werden sowie Hügellandschaften, die eine maximale Höhe von 500 m über dem Meeresspiegel erreichen. Weiter westlich befinden sich die Hochebenen und Becken, wie z. B. das Tarimbecken und die Mongolische Hochebene, die auf einer durchschnittlichen Höhe zwischen 1.000 und 2.000 m liegen. Nach Westen hin steigen die Gebirge noch weiter an und umschließen die dazwischen liegenden Hochebenen. Dort befinden sich der Himalaya mit dem Mount Everest (8.848 m) und das Hochland von Tibet mit einer durchschnittlichen Höhe von 4.500 m. Im Hochland von Tibet entspringen die beiden längsten und wichtigsten Flüsse des Landes, der Jangtse (6.300 km) und der Gelbe Fluss (5.464 km), die beide in den Pazifischen Ozean münden.

Aufgrund seiner Ausdehnung gibt es in China 18 verschiedene Klimazonen (GIZ, o. J.). So ist das Klima im Westen, Norden und Nordosten des Landes mit kalten Wintern und heißen

Sommern sehr stark kontinental geprägt. Im Gegensatz dazu herrscht im Osten ein ausgeprägtes Monsunklima mit hohen Niederschlägen, wobei die Niederschläge von Südost nach Nordwest allmählich abnehmen. In Tibet herrscht ein Hochgebirgsklima, dort hängen die Klimazonen von der Höhenlage ab (Der Staat, o. J.).

Aufgrund der ungleichmäßigen Verteilung der Niederschläge ist dieser Teil Chinas traditionell stark durch die Landwirtschaft geprägt. Im westlichen Teil Chinas liegen die Jahresniederschläge unter 380 mm, sodass in diesem Teil des Landes Landwirtschaft ohne künstliche Bewässerung nicht möglich ist. Dort befinden sich ebenfalls die großen Wüsten des Landes, die Wüste Gobi und die Taklamakan-Wüste (GIZ, o. J.). Insgesamt besteht die Fläche Chinas zu 1,5 % aus Städten, zu 2 % aus Feuchtgebieten, zu 6,5 % aus Ödland, zu 9 % aus Wald, zu 21 % aus Wüste, zu 24 % aus Grasland und zu 36 % aus Ackerland (Go:ruma, o. J.). Aufgrund von Bodenerosion und Umweltverschmutzung sind allerdings nur noch 12 % der Ackerfläche landwirtschaftlich nutzbar. Insgesamt besitzt China 7 % der weltweiten Ackerfläche, mit der 20 % der Weltbevölkerung ernährt werden müssen (Xin/Jie, o. J.).

Die Volksrepublik China ist unterteilt in 22 Provinzen (einschließlich Taiwan), fünf autonome Gebiete (Guangxi, Innere Mongolei, Ningxia, Tibet und Xinjiang), zwei Sonderverwaltungszone (Hongkong und Macao) und vier regierungsunmittelbare Städte (Shanghai, Tianjin, Chongqing und die Hauptstadt Beijing) (China Heute, o. J.). Die offizielle Währung des Landes ist der Renminbi (RMB), wobei acht Renminbi – je nach Wechselkurs – etwa einem Euro entsprechen (Ruttke/Pane, 2013).

### *Feste und Feiertage*

Für die Berechnung traditioneller chinesischer Feiertage wie des Frühlingsfestes wird im chinesischesprachigen Kulturraum der chinesische Mondkalender verwendet. So wird das Frühlingsfest beispielsweise stets vom ersten bis zum siebten Tag des ersten Monats des Mondkalenders gefeiert. Im Folgenden werden die chinesischen Feste und Feiertage sowie deren Bedeutung in China dargestellt und erläutert. An einigen dieser Feste bzw. Feiertage sind chinesische Unternehmen nicht besetzt. Dies sollte bei einer Kontaktaufnahme zu chinesischen Unternehmen bzw. Institutionen beachtet werden. Weiter können die traditionellen chinesi-



schen Feste und Feiertage zu einer Absatzsteigerung von Fleischprodukten auf dem chinesischen Markt führen.

#### *Das Frühlingsfest (Chinesisches Neujahrsfest)*

Mit dem Frühlingsfest beginnt nach dem chinesischen Kalender das neue Jahr. Es ist das wichtigste chinesische Fest und – ähnlich wie Weihnachten in der christlichen Kultur – ein Fest der Familie. Es findet an den ersten sieben Tagen des neuen Mondjahres zwischen dem 21. Januar und dem 21. Februar statt. Im Vordergrund stehen dabei das gemeinsame Essen mit der Familie, die Übergabe von Geldgeschenken an Kinder und das Zünden von Feuerwerken, um böse Geister zu vertreiben und Glück für das neue Jahr herbeizuwünschen.

#### *Das Laternenfest*

Das Laternenfest folgt dem Frühlingsfest und findet am 15. Tag des ersten Mondmonats statt. Das Anzünden von Laternen war eine buddhistische Tradition, die der Kaiser der Han-Dynastie übernahm, als er in seinem Kaiserpalast Laternen für Buddha anzündete. Daraus entwickelte sich im Laufe der Zeit das Laternenfest. An diesem Tag werden im ganzen Land bemalte Laternen ausgestellt, Tänze aufgeführt und ein Feuerwerk veranstaltet.

#### *Das Qingming-Fest*

Das Qingming-Fest wird am 4. oder 5. April gefeiert und ist das chinesische Totenfest. An diesem Tag gedenkt man der Vorfahren, besucht ihre Gräber, bringt ihnen Opfergaben und lässt Drachen steigen. Bei diesem Fest werden traditionell nur kalte Speisen gegessen.

#### *Das Drachenbootfest*

Dieses ist nach dem Frühlingsfest und dem Mondfest das drittwichtigste Fest in China und findet am fünften Tag des fünften Monats nach dem chinesischen Mondkalender statt. Es wird zu Ehren der versuchten Rettung des Dichters Qu Yuan (340 v. Chr.–278 v. Chr.) gefeiert, der sich aufgrund politischer Auseinandersetzungen in einem Fluss ertränkt haben soll. Bei diesem Fest werden Drachenbootrennen veranstaltet und gefüllte Reisklöße verzehrt.

### *Das Qixi-Fest*

Das Qixi-Fest wird am siebten Tag des siebten Monats gefeiert und ist ein traditionelles Fest der Liebenden. In seiner ursprünglichen Form wird es vor allem auf dem Land gefeiert, während es in der Stadt eher dem Valentinstag entspricht.

### *Das Mondfest*

Das Mondfest findet am 15. Tag des achten Mondmonats statt und ist das zweitwichtigste chinesische Fest. Da dieses Fest im Herbst stattfindet, wird es auch „Mitterherbstfest“ genannt. In dieser Zeit scheint der Vollmond besonders hell. Bei diesem Fest wird der Mond bewundert und es werden Mondkuchen mit unterschiedlichen Füllungen verzehrt.

### *Das Chongyang-Fest*

Dieses Fest wird am neunten Tag des neunten Mondmonats gefeiert. Die doppelte Zahl neun klingt im Chinesischen ähnlich wie das Wort „Ewigkeit“ und soll Glück verheißen. An diesem Tag bestieg man früher Berge, um Seuchen zu vermeiden. Deshalb besteigen an diesem Tag viele Menschen in China einen Berg oder eine Pagode, essen einen neunschichtigen Chongyang-Kuchen, der an eine Pagode erinnert, und trinken Chrysanthemenwein. Außerdem ist es üblich, mit älteren Familienangehörigen einen Ausflug zu unternehmen.

### *Dongzhi-Fest*

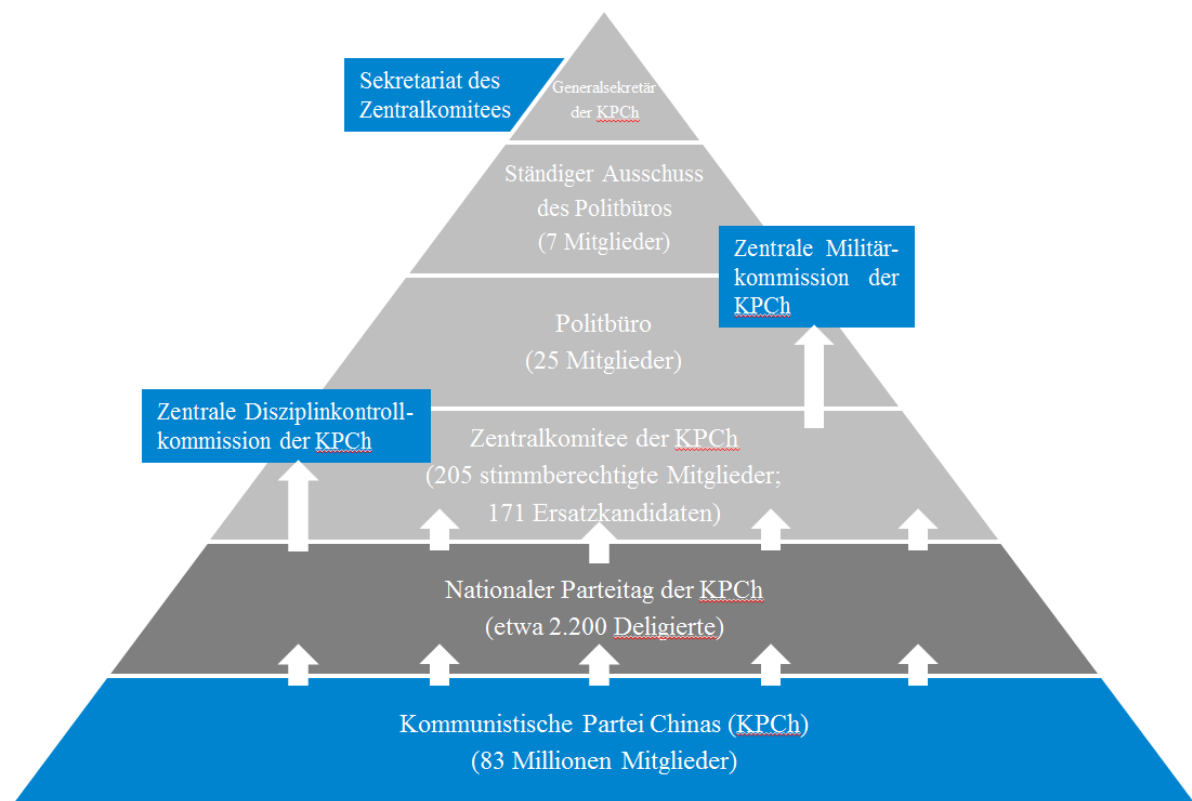
Das Dongzhi-Fest findet am 22. oder 23. Dezember zur Wintersonnenwende statt. Dabei wird die Zunahme der Tageslänge gefeiert. An diesem Feiertag besucht man Freunde und Verwandte und es werden (je nach Region) unterschiedliche Speisen sowohl den Ahnen geopfert als auch verzehrt (China Internet Information Center, o. J.).

Abgesehen vom Qixi-Fest, dem Chongyang-Fest, dem Dongzhi-Fest und dem Laternenfest sind alle anderen aufgeführten Feste gesetzliche Feiertage. Weitere wichtige gesetzliche Feiertage sind der Tag der Arbeit am 1. Mai und der chinesische Nationalfeiertag am 1. Oktober, an dem die Gründung der Volksrepublik China (01.10.1949) gefeiert wird. Falls in China ein gesetzlicher Feiertag auf ein Wochenende fällt, wird er normalerweise am nächsten Wochentag nachgeholt (German Centre for Industry and Trade, 2014).

### 3.2 Politisches System

Das politische System der Volksrepublik China ist ein sozialistisches Einparteiensystem. Durch die Kommunistische Partei Chinas (KPCh) als Staatspartei ist das chinesische Regierungssystem stark autoritär geprägt. Eine klare Gewaltenteilung zwischen Exekutive, Legislative und Judikative ist nicht gegeben (Heilmann, 2005).

Abbildung 1: Organigramm der KPCh



Quelle: Eigene Darstellung nach Pei (2012)

Im Folgenden wird die Organisation der Kommunistischen Partei Chinas kurz dargestellt (vgl. Abbildung 1). Die KPCh besteht aus 83 Mio. Mitgliedern. Aus diesen Mitgliedern werden 2.200 Delegierte ausgewählt, die sich alle fünf Jahre zur Wahl der Mitglieder des Zentralkomitees der KPCh zusammenfinden. Die 205 stimmberechtigten Mitglieder und 171 Ersatzkandidaten des Zentralkomitees – überwiegend Provinzgouverneure, Leiter von Staatsunternehmen und hochrangige Militärangehörige – treffen sich jährlich und werden in einem kontrollierten, teilweise kompetitiven Prozess ausgewählt.

Die 25 Mitglieder des Politbüros treffen sich monatlich und werden in einem eigenen Verfahren ausgewählt. Die Mitglieder sind nicht dazu ermächtigt, Beschlüsse zu fassen. Vielmehr gilt die Mitgliedschaft als Statussymbol und wird überwiegend an Gouverneure bedeutender Provinzen, ranghohe Militärs und weitere einflussreiche Funktionäre vergeben. Alle wichtigen Beschlüsse werden von dem Ständigen Ausschuss des Politbüros (SAP) gefasst, welcher aus sieben Mitgliedern besteht und sich einmal wöchentlich trifft. Auch die Mitglieder des SAP werden in einem parteiinternen Verfahren ausgewählt. Der Vorsitzende der KPCh ist der Generalsekretär, der gleichzeitig auch die Ämter des Staatspräsidenten der Volksrepublik China und des Vorsitzenden der Zentralen Militärkommission innehat. Darüber hinaus gibt es die Zentrale Militärkommission, die Chinas Volksbefreiungsarmee befehligt, und die Zentrale Disziplinkontrollkommission, die für die parteiinterne Korruptionsbekämpfung zuständig ist. Die Amtszeit des Generalsekretärs ist auf zweimal fünf Jahre begrenzt, sodass nach Ablauf dieser Zeit ein Führungswechsel stattfindet (Pei, 2012).

Der letzte Führungswechsel wurde auf dem 18. Parteitag der KPCh im November 2012 eingeleitet, der mit der Jahrestagung des Nationalen Volkskongresses im März 2013 abgeschlossen wurde. Dabei übernahm Xi Jinping von seinem Vorgänger Hu Jintao das Amt des Generalsekretärs der KPCh und den Vorsitz der Zentralen Militärkommission, während Li Keqiang neuer Ministerpräsident wurde und damit seinen Vorgänger Wen Jiabao ablöste. Außerdem wurden in diesem Zeitraum zwei Drittel der Führungsmitglieder der KPCh ausgetauscht, was einer kontinuierlichen Erneuerung des Systems und gleichzeitig der Fortsetzung des bisherigen politischen Programms dienen soll.

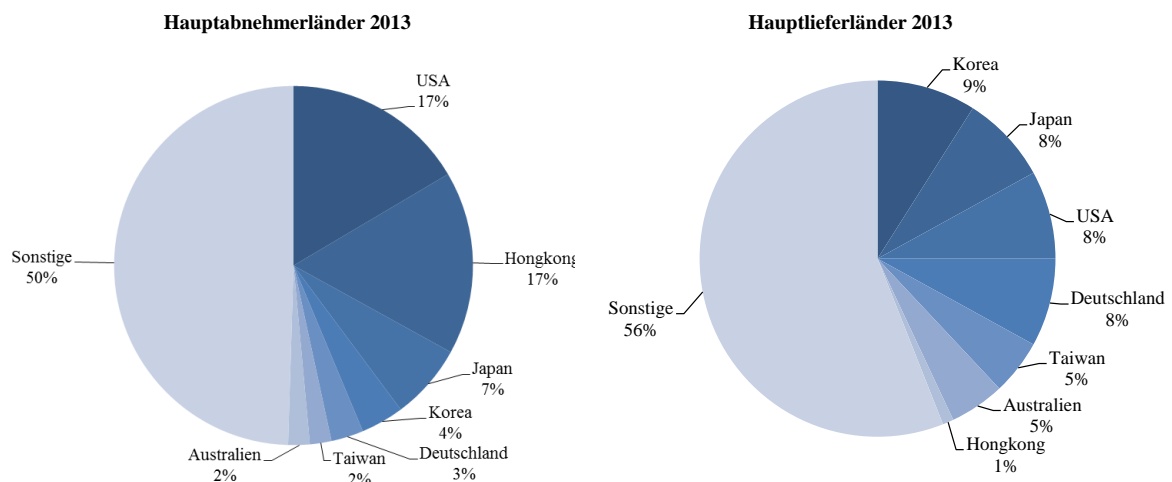
Bei der Jahrestagung des Nationalen Volkskongresses im März 2013 wurden neue Reformen angekündigt, die teilweise bereits umgesetzt wurden. Dazu gehört z. B. die Lockerung der Ein-Kind-Politik: So dürfen Paare ein zweites Kind bekommen, wenn einer der Partner ein Einzelkind ist. Des Weiteren wurde eine Landreform vorgeschlagen, die Bauern Einnahmen aus ihren Landnutzungsrechten gewährt und es ihnen ermöglicht, Hypotheken für Landnutzungsrechte aufzunehmen. Da diese Reform eine Änderung der Verfassung erfordert und außerdem potenzielle Interessenskonflikte mit lokalen Regierungsbeamten nach sich ziehen kann, ist ihre Umsetzung bisher ungewiss. Auch die vollständige Umsetzung der Hukou-Reform steht bisher aus. Nach dem derzeitigen Hukou-System wird Landbewohnern, die in

Städte ziehen, der Anspruch auf staatliche Sozialleistungen wie z. B. Bildung und Krankenversicherung verweigert, wodurch hauptsächlich eine starke Ungleichheit zwischen Stadt- und Landbewohnern besteht. Insgesamt sollen durch die Reform 200 Mio. ländliche Migranten in den Städten Zugang zu staatlichen Sozialleistungen erhalten. Im ersten Schritt dieser Reform sollen zunächst 70 Mio. der ländlichen Migranten in kleinen und mittelgroßen Städten von dieser Reform profitieren. Da sich Chinas Zentralregierung bisher nicht dazu verpflichtet hat, die Kosten dieser Reform zu tragen und die lokalen Regierungen in den einzelnen Provinzen nur über geringe Steuereinnahmen verfügen, steht die Finanzierung dieser Reform bisher aus. Die dritte Reform, die noch umzusetzen ist, betrifft die Deregulierung und den Bürokratieabbau. Bisher war es in China erforderlich, für Firmengründungen und Investitionen staatliche Genehmigungen einzuholen. Die Reform sieht eine Abschaffung dieser Genehmigungen durch die Einführung einer Negativliste vor. Auf dieser Liste sollen alle wirtschaftlichen Aktivitäten aufgeführt werden, die von der chinesischen Regierung untersagt sind, wodurch alle anderen offiziell erlaubt sind. Das Ziel dieser Deregulierung ist es, Unternehmensgründungen zu fördern und die Wirtschaft anzukurbeln. Da es bei der Umsetzung dieser Reform noch einige juristische Aspekte zu beachten gilt, ist auch die Zukunft dieser Reform bisher unklar (Pei, 2014).

### **3.3 Wirtschaftslage und Außenwirtschaftspolitik**

In diesem Jahr ist China zur größten Handelsnation der Welt aufgestiegen, womit es die USA als bisherigen Spitzenreiter ablöste. Insgesamt importierte und exportierte die Volksrepublik Güter im Wert von über 3 Bio. EUR (FAZ, 2014a). Im vergangenen Jahr (2013) exportierte China (ohne Hong Kong, Taiwan und Macao) Waren im Wert von insgesamt 1,7 Bio. EUR und wurde damit Exportweltmeister – vor den USA und Deutschland. Bei den Importen belegte China mit einem Gesamtwert von 1,5 Bio. EUR den zweiten Platz hinter den USA (WTO, o. J.). Auch das Wirtschaftswachstum Chinas erreichte im Jahr 2013 mit 7,7 % einen relativ hohen Wert, wobei das Wachstum in den vergangenen Jahren durchschnittlich 2 % höher ausfiel. Bedingt durch Chinas Ein-Kind-Politik und den damit verbundenen Mangel an Arbeitskräften geht man davon aus, dass sich Chinas Wirtschaftswachstum künftig um 0,5 Prozentpunkte pro Jahr verlangsamen wird (Auswärtiges Amt, 2014).

**Abbildung 2: Chinas Import- und Exportpartner 2013**



Quelle: Botschaft der Bundesrepublik Deutschland Peking (2014)

Zu den wichtigsten Exportländern Chinas gehören die USA, Hongkong (jeweils 17 % der Gesamtimporte), Japan (7 %), Korea (4 %) und Deutschland (3 %) (vgl. Abbildung 2). Bei den Importen belegt Korea mit 9 % den ersten Platz, gefolgt von Japan, den USA, Deutschland (jeweils 8 %) sowie Taiwan und Australien (jeweils 5 %) (Botschaft der Bundesrepublik Deutschland Peking, 2014). Zu den Top-5-Waren, die China exportiert, gehören Computer (9,9 %), Rundfunkzubehör (5,2 %), Telefone (4,3 %), Büromaschinenteile (2,2 %) und Integrierte Schaltungen (2 %). Die Top-5-Importprodukte sind: Rohöl (14 %), Integrierte Schaltungen (7,6 %), Eisenerz (5,3 %), Gold (3,6 %) und Automobile (2,9 %) (Observatory of Economic Complexity, 2014).

Im zweiten Quartal des Jahres 2014 erreichte das Wirtschaftswachstum Chinas 7,5 %, was das von der chinesischen Regierung vorgegebene Ziel erfüllt (Erling, 2014). Allerdings konnte die Regierung dieses Ziel nur mithilfe von Krediten erreichen, die von den Staatsbanken überwiegend an Staatsunternehmen vergeben wurden. Bedingt durch die globale Finanzkrise hatte die chinesische Regierung ein groß angelegtes Konjunkturprogramm ins Leben gerufen, welches das Wirtschaftswachstum des Landes fördern sollte. Dabei wurden überwiegend Infrastrukturprojekte und der Bau von Immobilien finanziert, was in vielen Branchen zu Überkapazitäten, wie z. B. leer stehenden Immobilien, geführt hat. Infolgedessen betrug das jährliche Kreditwachstum der letzten fünf Jahre beinahe 20 %, sodass die Gesamtverschuldung mittlerweile 210 % bis 230 % des BIP beträgt.

Ein weiteres Problem für die chinesische Wirtschaft ergibt sich im Zusammenhang mit den „Schattenbanken“. Da staatliche Kredite größtenteils an Staatsunternehmen vergeben werden, ist es für kleinere und mittlere Privatunternehmen schwierig, ihre Investitionen zu finanzieren (Pei, 2014). Davon profitieren die Trusts (Investmentgesellschaften), die das Geld privater Anleger sammeln und es zu deutlich höheren Zinsen an nicht-staatliche Unternehmen verleihen. In dem Fall, dass die Trusts ihre Schulden bei den privaten Anlegern nicht bezahlen können, werden sie oft von der Regierung aufgefangen. Viele Analysten sind sich darin einig, dass das schuldenfinanzierte Wachstum nicht nachhaltig ist und auf Dauer zu einer erneuten Finanzkrise führen könnte (Kohlmann, 2014). Deshalb versucht die chinesische Regierung die Kreditvergabe zu drosseln und Strukturreformen umzusetzen. Im aktuellen Fünfjahresplan der Regierung sollen „innovative strategische Industrien“ wie z. B. Umwelttechnologien, erneuerbare Energien und Informationstechnologien gefördert werden. Dadurch soll die Wertschöpfungskette verlängert, die internationale Wettbewerbsfähigkeit verbessert und die Binnennachfrage gestärkt werden (Auswärtiges Amt, 2014).

Um diesem Ziel näher zu kommen, hat die chinesische Regierung im Jahr 2000 die Going-Global-Strategie ausgerufen. Dabei sollen chinesische Unternehmen in – überwiegend westliche – Hightech-Branchen und namenhafte Marken investieren, um Zugang zu Märkten, Technologien und Know-how zu erlangen. Seit dem Jahr 2000 haben aus diesem Grund die chinesischen Direktinvestitionen stark zugenommen (von 0,97 Mrd. EUR auf 67,9 Mrd. EUR im Jahr 2013). Im Jahr 2012 belegte Deutschland bei den chinesischen Direktinvestitionen – nach Großbritannien und Luxemburg – den dritten Platz, wobei das Investitionsvolumen 0,6 Mrd. EUR betrug. Zwar macht das lediglich 0,2 % der kumulierten Direktinvestitionen in Deutschland aus, die Tendenz ist jedoch steigend. So empfiehlt die chinesische Regierung den heimischen Unternehmen in den Standort Deutschland zu investieren, vor allem in die Bereiche Maschinenbau, erneuerbare Energien und Informationstechnologie (Jungbluth, 2014). Allerdings hat Deutschland bisher einen höheren Anteil an Investitionen in chinesische Unternehmen als umgekehrt: Während in China bereits über 5.000 deutsche Unternehmen tätig sind, gibt es nur 900 in Deutschland tätige chinesische Unternehmen. Die gerade in China beschlossene Neuregelung, die chinesischen Unternehmen nun erlaubt, Betriebe bis zu einem Kaufpreis von einer Milliarde Dollar zu erwerben, ohne dafür eine langwierige Genehmigung der Behörden einzuholen, wird nach Einschätzungen von Experten dazu führen, dass Über-

nahmeaktivitäten chinesischer Unternehmen in Europa, insbesondere in England und Deutschland, zunehmen werden. Nach den ersten Kaufwellen (Bodenschätze, Infrastrukturbetriebe) richtet sich das Interesse der Chinesen nun unter anderem verstärkt auf Unternehmen der Lebensmittelverarbeitung. Der Erwerb von Anteilen in Höhe von 51 % an dem Agrargroßhändler Nidera in den Niederlanden (geschätzter Konzernwert: 4 Mrd. Dollar) durch den chinesischen Lebensmittelkonzern Cofco deutet bereits darauf hin, dass die chinesischen Direktübernahmen im landwirtschaftlichen Sektor deutlich zunehmen werden (FAZ, 2014b).

Insgesamt ist Deutschland für China der wichtigste Handelspartner in Europa und China Deutschlands wichtigster Handelspartner in Asien. Im Jahr 2013 betrug das gesamte Handelsvolumen über 140 Mrd. EUR. Deutschland importierte aus China Waren im Wert von 73 Mrd. EUR. Dabei handelte es sich vor allem um Elektronik, Bekleidung und Maschinen. Die deutschen Exporte nach China (Kraftwagen und Kraftwagenteile, Maschinen und Elektronik) betrugen 67 Mrd. EUR (Auswärtiges Amt, 2014).

### **3.4 Bevölkerung**

Im Jahr 2013 lebten 1,36 Mrd. Menschen in China, damit wuchs im Vergleich zum Vorjahr die Bevölkerung um 0,5 %. Die durchschnittliche Einwohnerdichte lag im Jahr 2013 bei 141,8 Einwohnern/km<sup>2</sup> (Germany Trade & Invest, 2013). Für das Jahr 2012 lag die Fertilitätsrate bei 1,7 Geburten pro Frau und die durchschnittliche Lebenserwartung bei 75 Jahren (WKO, 2014.). Dabei ist die Bevölkerung Chinas sehr ungleich verteilt: Die meisten Einwohner (400 Einwohner/km<sup>2</sup>) leben in den Küstenstädten im Osten des Landes, während der karge Westen mit zehn Einwohnern/km<sup>2</sup> relativ dünn besiedelt ist. Um das zu veranschaulichen, verband der chinesische Demograf Huanyong Hu Mitte des vorigen Jahrhunderts die Städte Heihe und Tengchong mit einer fiktiven Linie, die die ungleichmäßige Bevölkerungsverteilung Chinas verdeutlichen sollte. Obwohl die Heihe-Tengchong-Linie das Land in zwei etwa gleich große Teile teilt, leben etwa 90 % der chinesischen Bevölkerung östlich dieser Linie und nur 10 % im westlichen Teil des Landes. Auch das Wirtschaftswachstum findet im Osten des Landes statt, im Gegensatz dazu leben viele Menschen im Westen unter der Armutsgrenze.

Mehr als 90 % der Bevölkerung gehören zu den Han-Chinesen und bilden damit die ethnische Mehrheit. Die restliche Bevölkerung setzt sich aus 55 nationalen Minderheiten zusammen, die



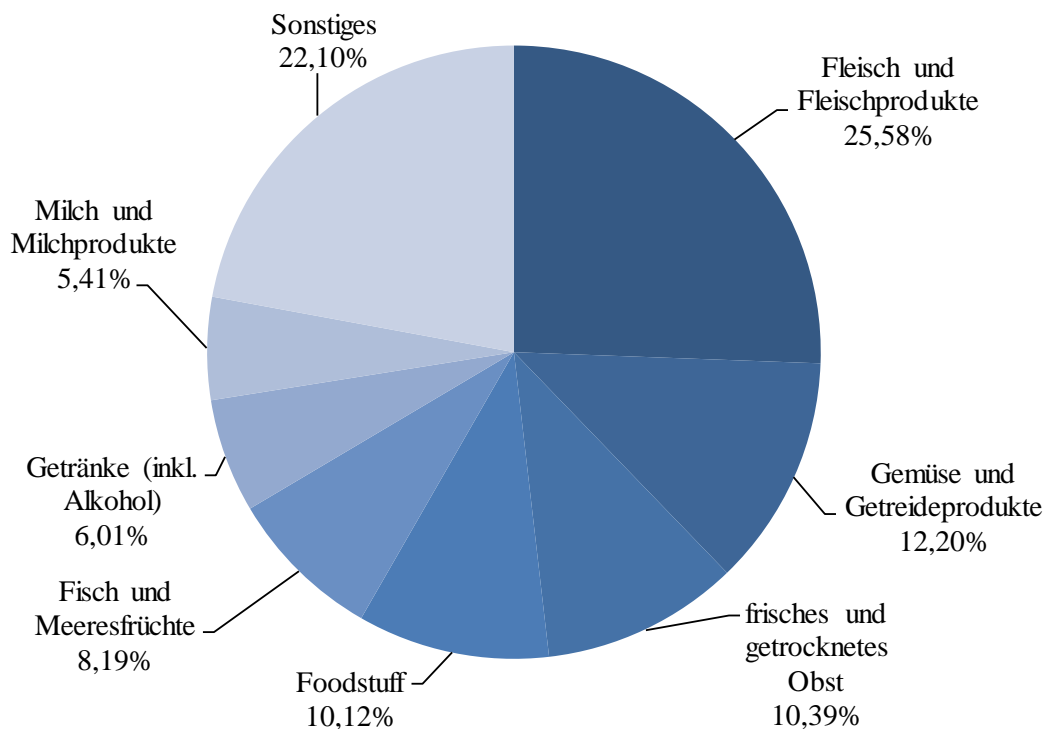
50 % bis 60 % der Landesfläche besiedeln und unter denen 53 verschiedene Sprachen gesprochen werden (China Reiseführer, o. J.). Dabei ist Mandarin-Chinesisch die offizielle Landessprache in China; sie ist am weitesten verbreitet und wird vor allem im Nordosten, Nordwesten und in Zentralchina gesprochen. Zu der Mandarin-Zone gehört auch die Hauptstadt Beijing. Um Shanghai wird der Wu-Dialekt gesprochen. Außerdem wird im Süden, wo sich u. a. Hongkong und Guangzhou befinden, Kantonesisch gesprochen. Kantonesisch ist neben Mandarin und Wu ein ebenfalls sehr wichtiger Dialekt. Um Tibet sowie in der Inneren Mongolei sind Sprachen verschiedener Ethnien verbreitet, die in anderen Gebieten Chinas nicht gesprochen werden. Allerdings wird Mandarin in diesen Gebieten in der Schule als erste Fremdsprache unterrichtet (China9.de, o. J.).

In den letzten Jahren hat der Grad der Urbanisierung in China zugenommen: Seit 2012 lebt die Hälfte der Bevölkerung in Städten und man geht davon aus, dass künftig jedes Jahr weitere 13 Mio. Menschen dorthin ziehen werden. Diese Entwicklung stellt die chinesische Regierung vor große Herausforderungen, da immer mehr Menschen in den Städten mit Wohnungen und Arbeitsplätzen versorgt werden müssen (Auswärtiges Amt, 2014). Dabei versucht die chinesische Regierung die Situation der ländlichen Migranten in den Städten zu verbessern, wie mit der Reform des Hukou-Systems (Pei, 2014). Ein weiteres Problem stellt die Überalterung der chinesischen Bevölkerung dar. Im Jahr 2013 lebten in China etwa 200 Mio. Menschen, die älter als 60 Jahre waren. Es wird prognostiziert, dass diese Zahl im Jahr 2050 auf 490 Mio. Menschen ansteigen wird, was eine noch stärkere Belastung der Sozialsysteme zur Folge hätte. Als Grund dafür wird Chinas Ein-Kind-Politik angesehen. Man geht davon aus, dass ohne die staatliche Regulierung in China 400 Mio. Kinder mehr geboren worden wären, was der Einwohnerzahl der USA entspricht. Zwar hat die chinesische Regierung die Ein-Kind-Politik mittlerweile gelockert, allerdings wird das nicht ausreichen, um die Überalterung der Bevölkerung aufzuhalten (Geinitz, 2013).

Nichtsdestotrotz hat sich die Situation der chinesischen Bevölkerung in den letzten Jahrzehnten entscheidend verbessert, was vor allem dem zweistelligen Wirtschaftswachstum zu verdanken ist. Mittlerweile zählen 300 Mio. Menschen – die im Jahr zwischen 7.530 und 45.177 EUR verdienen – zu Chinas Mittelschicht. Im Jahr 2025 wird sich diese Zahl auf voraussichtlich 500 Mio. Menschen erhöhen (Mattheis, 2012).

Mit dem steigenden Wohlstand der chinesischen Bevölkerung veränderte sich auch der Nahrungsmittelkonsum der Verbraucher. Insgesamt ist der Pro-Kopf-Verbrauch bei Lebensmitteln gestiegen. Allerdings ist der Verbrauch an Fleisch, Milch- und Milchprodukten und Obst in ländlichen Gebieten wesentlich geringer als in den Städten, was mit der unterschiedlichen Lebensqualität zusammenhängt. Vor allem die Nachfrage nach eiweißhaltiger und kalorienreicher Kost ist gestiegen. So bestehen viele chinesische Snacks traditionellerweise aus Trockenfleisch, getrocknetem Fisch, getrockneten Meeresfrüchten oder Eiern. Auch der Markt für funktionelle Lebensmittel, die speziell für Kinder oder Senioren geeignet sind, wächst stetig. Zusätzlich nimmt mit steigendem Einkommen der chinesischen Bevölkerung auch der Wunsch nach einem verbesserten Lebensstandard zu. Dies führt dazu, dass mehr Geld für Lebensmittel ausgegeben wird. Bei näherer Betrachtung der Gesamtausgaben für Lebensmittel der städtischen Bevölkerung fällt auf, dass für Fleisch und Fleischprodukte der größte Anteil ausgegeben wird (vgl. Abbildung 3).

**Abbildung 3: Ausgaben der städtischen chinesischen Bevölkerung für Lebensmittel**



Quelle: Eigene Darstellung nach BMELV (2013d)

### ***Expertenmeinung***

*Beim Lebensmittelkonsum steht Fleisch im Fokus der chinesischen Bevölkerung. Fleischkonsum ist erstrebenswert, daher kann nicht davon ausgegangen werden, dass der Fleischkonsum in den kommenden Jahren deutlich zurückgehen wird. Dennoch sind bereits sehr hohe Pro-Kopf-Verbräuche erreicht – insbesondere bei Schweinefleisch. Rotes Fleisch wird insbesondere von der aufstrebenden Mittelschicht gegessen. Aufgrund des Geschmacks und des Status ist diese Gruppe auch bereit, mehr Geld für das teurere Rindfleisch auszugeben.*

Bedingt durch diverse Lebensmittelskandale in den letzten Jahren, hat es sich die chinesische Regierung in ihrem aktuellen Fünfjahresplan zum Ziel gesetzt, die Lebensmittelsicherheit zu verbessern. Dabei sollen die Lebensmittelhersteller und Verkäufer mehr Verantwortung für die Qualität der Lebensmittel übernehmen. Des Weiteren sollen die Aufsichtsbehörden ihre Qualitätskontrollen verbessern und auch die Öffentlichkeit soll sich stärker an der Kontrolle der Lebensmittelsicherheit beteiligen. Die chinesischen Verbraucher sind ebenfalls kritischer und qualitätsbewusster geworden. Mittlerweile spielt die emotionale Komponente bei der Kaufentscheidung eine immer größere Rolle, wobei hochwertige Markenprodukte bevorzugt werden. Auch das Internet spielt als Vertriebskanal und als Informationsquelle eine immer wichtigere Rolle. Außerdem ist innerhalb der Lebensmittelindustrie ein Trend zur stärkeren Konzentration auf wenige Unternehmen zu beobachten. Dabei ist die Marktkonzentration bei Alkoholika und Softdrinks besonders hoch, während sie bei Fleisch- und Milchprodukten vergleichsweise gering ist. Insgesamt wird für den chinesischen Lebensmittelmarkt ein kontinuierliches Wachstum mit positiven Marktprognosen erwartet (BMLV, 2013d).

### ***Expertenmeinung***

*Hinsichtlich typischer deutscher Wurstwaren wie Wurstaufschnitt oder -pasteten und deren Absatzchancen gibt es unterschiedliche Expertenmeinungen. Einerseits werden diesen Produkten in China keine großen Vermarktungschancen zugesprochen, da sie nicht den chinesischen Ernährungsgewohnheiten entsprechen. Andererseits wird Wurst für Aufschnitt in China selbst hergestellt und teilweise z. B. als deutsche Bierwurst verkauft. Auch international bereits weit verbreitete Wurstwaren wie Nürnberger Würstchen könnten gute Absatzchancen auf dem chinesischen Markt haben, da diese leicht in die chinesischen Ernährungsgewohnheiten integriert werden können und sich international bereits großer Bekanntheit erfreuen.*

### **Hintergrund: Import von Bio-Fleisch**

Immer mehr Chinesen konsumieren Lebensmittel aus ökologischem Anbau, vor allem die junge, städtische Bevölkerung. Aus diesem Grund kann der ökologische Anbau jährliche Wachstumsraten von bis zu 50 % aufweisen. Mittlerweile zählt China zu den fünf Ländern mit der weltweit größten ökologischen Anbaufläche. Dennoch erreichen Lebensmittel aus dem ökologischen Anbau in China nur einen Marktanteil von 0,1 %. Dieser – im Verhältnis zur Anbaufläche – sehr geringe Marktanteil ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass auf der chinesischen Anbaufläche ökologische Lebensmittel in erster Linie für den Exportmarkt produziert werden (Yang, o. J.). Trotz Schwierigkeiten hinsichtlich der Bezeichnung Bio sowie der Einhaltung von Produktionsstandards wird der chinesische Markt für ökologisch produzierte Lebensmittel zunehmend auch für europäische Produzenten interessant. Derzeitig ist das dänische Unternehmen Friland das erste nicht-chinesische Unternehmen, das Biofleisch nach China exportieren und mit dem chinesischen Biosiegel kennzeichnen darf (Eckinger, 2014).

Ausländische Betriebe benötigen für den Export von Bio-Fleisch eine gesonderten Zulassung und Zertifizierung. Alle Produkte, die auf dem chinesischen Markt als Bio-Produkt vermarktet werden sollen, bedürfen eines chinesischen Bio-Labels, auch wenn sie bereits durch ein anderes nationales oder internationales Bio-Label zertifiziert sind. Rechtlich maßgeblich ist der China Nationale Standard for Organic Products (GB 19630). Die Inspektion und Zertifizierung ausländischer Exporteure erfolgt ausschließlich über die von der CNCA zugelassenen Zertifizierungsstellen (Lagos et al., 2010).

### **Expertenmeinung**

*Lebensmittel und das Essen in Gesellschaft haben in China allgemein einen sehr hohen Stellenwert und auch der soziale Status wird darüber zum Ausdruck gebracht. Importierte Lebensmittel werden dabei häufig als höherwertig und sicherer im Vergleich zu heimischen Produkten gesehen.*

**Key Facts:**

- 36 % der chinesischen Landesfläche sind für den Ackerbau nutzbar. Davon können real nur 12 % landwirtschaftlich genutzt werden, da die restliche Fläche durch Umweltverschmutzung unbrauchbar ist.
- Der Anteil der weltweiten Ackerflächen in China beträgt 7 %. Dieser Anteil soll 20 % der Weltbevölkerung ernähren.
- Die Hälfte der chinesischen Bevölkerung lebt in Städten. Der Osten des Landes und im Besonderen die Metropolen sind stark besiedelt. Der Westen des Landes gilt als dünn besiedelt.
- Die wachsende Mittelschicht im Land konsumiert zunehmend mehr Fleisch und zeigt sich deutlich interessiert an westlichen Waren und Dienstleistungen.
- China ist die weltweit größte Handelsnation und somit gegenwärtig Exportweltmeister und Importvizemeister (nach den USA).
- Die Nationen Deutschland und China sind füreinander die wichtigsten Handelspartner im europäischen und asiatischen Raum. Das Handelsvolumen zwischen den beiden Nationen beträgt 140 Mrd. EUR in 2013.

#### **4 Fleischwirtschaft China**

Der Kauf des US-Schweinefleischkonzerns Smithfield-Foods durch das chinesische Unternehmen Shuanghui International Holdings (nunmehr WH Group Ltd.) ist eines der jüngsten Ereignisse in der Going-Global-Strategie Chinas und des Trends der Konsolidierung des globalen Fleischmarktes. Weltweit ist China, zusammen mit Brasilien, sowohl einer der größten Produzenten als auch einer der größten Konsumenten von Fleischprodukten. Dabei setzt China mit seiner Neuausrichtung der Fleischproduktion und des Agribusiness neue Maßstäbe. Dass Fleischproduktion und -konsum in China neue Maßstäbe setzen und global setzen können, ergibt sich zum einen aufgrund seines mengenmäßigen Anteils an der globalen Fleischproduktion, zum anderen aufgrund der Tatsache, dass Fleischproduktion und Fleischvermarktung zunehmend von großen Unternehmen des Agribusiness – sogenannten „Drachenköpfen“ – maßgeblich beeinflusst werden.

Dem stark angestiegenen chinesischen Gesamt-Fleischkonsum von gut 77 Mio. t im Jahr 2011 liegt ein enorm gewachsener durchschnittlicher jährlicher Pro-Kopf-Verzehr zugrunde. So lag der jährliche Pro-Kopf-Verzehr an Fleisch im Jahr 2011 insgesamt bereits bei 56,6 kg, während er 20 Jahre zuvor nur 27,6 kg betrug (National Bureau of Statistics of China, 2014). Dabei ist zu beobachten, dass der Pro-Kopf-Fleischkonsum in den städtischen Regionen Chinas in der Regel wesentlich höher ist als bei der ländlichen Bevölkerung (BMELV, 2013d).

Grund für den steigenden Fleischkonsum sind Änderungen von Ernährungsgewohnheiten, die mit steigenden Einkommensverhältnissen einhergehen. Teil veränderter Ernährungsgewohnheiten aufgrund steigenden Einkommens ist der zunehmende Konsum tierischer Proteine, der in der Regel auch zu einer steigenden Nachfrage nach Fleisch führt. Dies zeigt sich auch darin, dass in China insbesondere für den städtischen Mittelstand Fleisch zu einem Hauptnahrungsmittel geworden ist, während in den ländlichen Regionen weiterhin Getreide der Hauptbestandteil von Mahlzeiten bleibt (Schneider/Sharma, 2014). Grundsätzlich wird dabei das Fleisch während der Nachmittags- und Abendmahlzeiten, überwiegend in den eigenen vier Wänden und weniger außer Haus konsumiert (Ming-Li, 2013). Über alle Fleischmärkte hinweg zeichnet sich ein Misstrauen der städtischen chinesischen Konsumenten gegenüber Fleisch aus, das nicht industriell produziert wurde. Hintergrund dieses Misstrauens ist die sich

verbreitende Einstellung, dass industrielle Landwirtschaft für Modernisierung, Entwicklung und ein gewisses Maß an Lebensmittelsicherheit steht (Schneider/Sharma, 2014).

Zu der Assoziation von industrieller Landwirtschaft mit einem gewissen Maß an Lebensmittelsicherheit hat auch der Beschluss der chinesischen Regierung zur Modernisierung der landwirtschaftlichen Produktion aus dem Jahr 1998 beigetragen. Um dem oben beschriebenen Anstieg des Fleischkonsums um knapp 49 % von 1991 bis 2011 gerecht zu werden, beschloss die Kommunistische Partei Chinas im Jahr 1998 die Modernisierung der landwirtschaftlichen Produktion durch vertikale Integration. Wesentlichen Bestandteil bildete und bildet das Konzept der sogenannten „Drachenkopf“-Unternehmen. Im Mittelpunkt steht dabei die Industrialisierung des Agrar- und Ernährungssektors zur Steigerung der Nahrungsmittelproduktion, aber auch zur Stärkung der ländlichen Räume.

#### **Hintergrund: „Drachenkopf“-Unternehmen**

Die Symbolik und Bedeutung der Bezeichnung des Drachenkopfes erklärt, verdeutlicht und unterstreicht die Entwicklung des Fleischsektors in den letzten 15 Jahren: Das Konzept der „Drachenkopf“-Unternehmen basiert auf dem Bild vom traditionellen, zeremoniellen Drachentanz, bei dem der Drache als kräftiges, weises Tier und Symbol der chinesischen Nation verehrt wird. Bei dem Drachentanz trägt ein Tänzer einen flammenden Drachenkopf und führt unzählige Darsteller an, die den Rest des Drachenkörpers bilden. Ausgehend von diesem Bild sollen „Drachenkopf“-Unternehmen „Türöffner“ für neue Märkte sowie Treiber für technische und wissenschaftliche Innovationen sein, denen die Massen der Bauern folgen. Dies soll in erster Linie der Koordinierung von Produktion, Verarbeitung, Vermarktung und Verkauf dienen. Bauern werden durch verschiedene Modelle in die Primärproduktion eingebunden. Verarbeitung, Vermarktung und Verkauf auf lokalen, nationalen und internationalen Märkten obliegt somit im Kern den „Drachenkopf“-Unternehmen. Diese Unternehmen müssen bestimmte Voraussetzungen hinsichtlich betrieblicher Organisation und Ausrichtung, Finanzstruktur und Einbindung bäuerlicher Betriebe erfüllen (Schneider, 2014). Staatlichen statistischen Erhebungen Chinas aus dem Jahr 2011 zufolge erreichte die Bewirtschaftung von Ackerland durch Drachenkopf-Unternehmen 60 % und der Anteil dieser Unternehmen an der Tierproduktion 80 % (Schneider/Sharma, 2014).

Mittlerweile ist die Intensivierung und Industrialisierung der Tierproduktion so weit fortgeschritten, dass auch die Maßstäbe der US-amerikanischen Produktionssysteme übertroffen werden (Schneider/Sharma, 2014).

Die Aktivitäten von „Drachenkopf“-Unternehmen konzentrieren sich dabei nicht unbedingt auf die landwirtschaftliche Produktion, sondern stehen im Zentrum der vertikalen Integration. Dementsprechend stark positionieren sie sich vor allem in den Bereichen Verarbeitung und Vermarktung. Gleichzeitig orientieren sich die Konsumenten mit steigendem Lebensstandard an neuen Standards der Lebensmittelsicherheit und kaufen vermehrt in Supermärkten ein. Dies hat zur Folge, dass konventionelle Straßenmärkte ihre tragende Bedeutung für den Absatz von Fleisch teilweise einbüßen. Nach wie vor sind sie jedoch die dominante Absatzform. Derzeit erfolgt – staatlich forciert – aus Gründen der Lebensmittelsicherheit und stadtplanerischen Erwägungen eine Transformation dieser konventionellen Straßenmärkte in sogenannte moderne Straßenmärkte. Im Rahmen dieses Wandels werden die Straßenmärkte modernisiert und mit Kühlungssystemen ausgestattet (Rabobank International, 2013).

### ***Expertenmeinung***

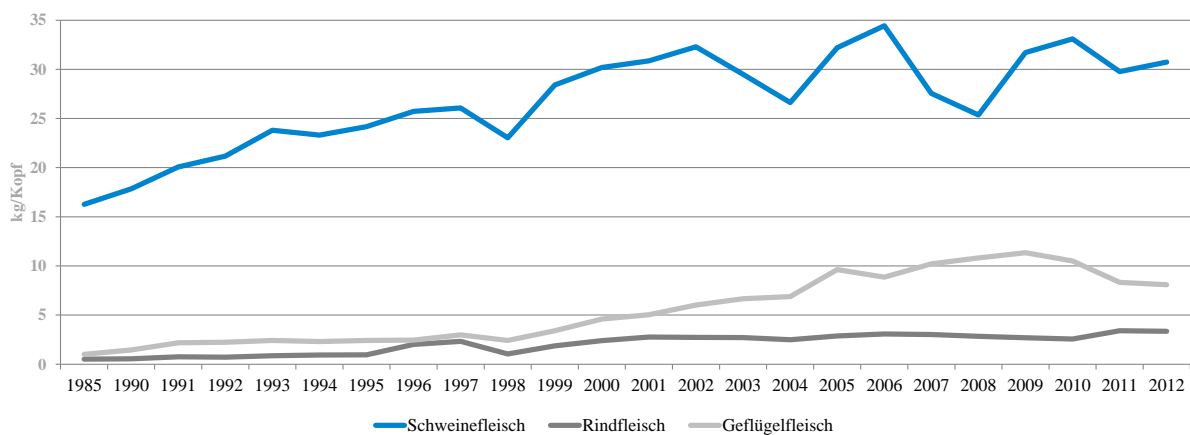
*Die chinesische Regierung verfolgt intensiv das Ziel, den formalen Absatzkanal zu stärken, wodurch die informellen Märkte (sogenannte Wet-Markets) zunehmend an Bedeutung verlieren. Auch besteht seitens der Konsumenten immer mehr der Wunsch, Fleisch aufgrund von hygienischen Aspekten in Supermärkten zu kaufen. In dieser Beziehung findet eine Verwestlichung des Konsumschemas statt. In den ländlichen Regionen zeigt sich ein anderes Bild: Die Bevölkerung ist wesentlich ärmer, der Selbstversorgungsgrad wesentlich höher und Supermärkte spielen nur eine geringe Rolle. Der Fleischhandel findet überwiegend auf Straßenmärkten statt.*

Die Entwicklung des Pro-Kopf-Konsums von Schweine-, Geflügel-, Rind- sowie Schaf- und Ziegenfleisch verdeutlicht, dass Schweinefleisch mit großem Abstand am meisten konsumiert wird. Dabei stieg der Konsum von Schweinefleisch von 1985 bis 2012 um circa das Doppelte an und erreichte 2012 einen Jahresdurchschnitt von gut 30 kg/Kopf (vgl. Abbildung 4). Allerdings unterliegt diese Entwicklung starken Schwankungen. So brach der durchschnittliche Jahreskonsum pro Kopf von Schweinefleisch Mitte der 90er Jahre um 5 kg und in den Jahren



2007/2008 um 3 kg deutlich ein. Mit beträchtlichem Abstand folgt an zweiter Position der Konsum von Geflügelfleisch. Im Durchschnitt wurden in China im Jahr 2012 rund 8 kg Geflügelfleisch pro Kopf konsumiert. Damit war der Konsum von Schweinefleisch 2012 knapp viermal höher im Vergleich zu Geflügelfleisch.

**Abbildung 4: Entwicklung des Fleischkonsums in China**



Quelle: Eigene Darstellung nach Earth-Policy-Institut (2014)

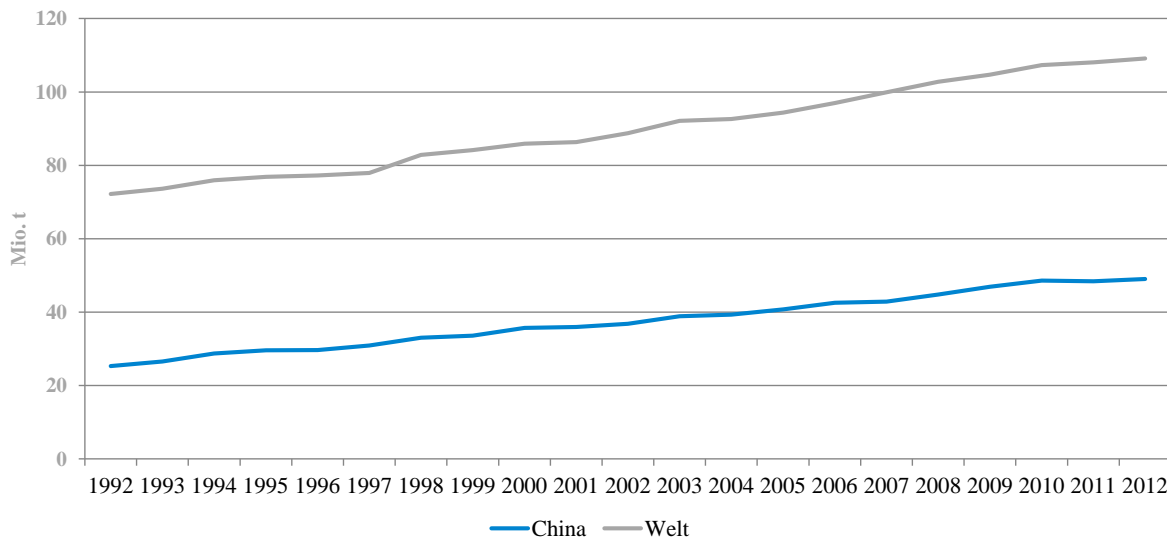
Der Konsumanteil von verarbeiteten Lebensmitteln beträgt in China ca. 30 % am gesamten Lebensmittelkonsum (BMELV, 2013d), allerdings dominiert – entsprechend den Präferenzen der Konsumenten – nach wie vor Frischfleisch den Markt. Grundsätzlich werden zunehmend verarbeitete Fleischprodukte konsumiert. Dabei finden in der chinesischen Küche viele Nebenprodukte der Fleischproduktion wie Leber, Niere und Magen Verwendung. Dieser Markt gilt für viele global agierende Fleischproduzenten als profitabel, was sich entsprechend in den unten aufgezeigten Außenhandelsströmen mit Fleisch widerspiegelt (vgl. Kap. 5.1). Im Folgenden werden die einzelnen Sektoren Schwein, Geflügel und Rind näher betrachtet.

#### 4.1 Schweinefleischwirtschaft in China

Im Jahr 2012 produzierte China mit knapp 700 Mio. Schlachtschweinen ca. 50 Mio. t Schweinefleisch und erreichte damit die doppelte Menge der EU-Produktion und die fünffache Menge der US-amerikanischen Produktion. Von 2002 bis 2012 konnte das Reich der Mitte seine Schweinefleischproduktion nahezu verdoppeln (vgl. Abbildung 5). Chinas Anteil am

weltweiten Produktionsvolumen von 109 Mio. t im Jahr 2012 betrug nahezu 50 %. China ist damit der weltweit größte Produzent von Schweinefleisch.

**Abbildung 5: Entwicklung der Schweinefleischproduktion in China**



Quelle: Eigene Darstellung nach FAOSTAT (2014)

Für das Jahr 2014 werden eine Produktion von 54,7 Mio. t Schweinefleisch und ein Konsum von 55 Mio. t Schweinefleisch prognostiziert (Schneider/Sharma, 2014). Allerdings sinkt der Schweinefleischanteil an dem stetig wachsenden chinesischen Fleischmarkt, da die Wachstumsrate des Konsums von Schweinefleisch abnimmt. Trotz einer langsamer wachsenden Nachfrage nach Schweinefleisch ist das Verhältnis von Nachfrage und Angebot in den letzten Jahren aus dem Gleichgewicht gekommen. Gründe hierfür sind unter anderem in den steigenden Inputkosten, vor allem bedingt durch steigende Futter- und Lohnkosten, und dem damit einhergehenden Ausstieg der Kleinproduzenten aus der Produktion zu sehen. Der Wegfall der Kleinproduzenten von Schweinefleisch ist größer als die Expansion der industriell produzierenden Betriebe. Diese Knappheit des Angebots führt dazu, dass China mittlerweile zu einem Netto-Importeur von Schweinefleisch geworden ist. Aufgrund dieser Unausgewogenheit von Angebot und Nachfrage sind die Preise für Schweinefleisch durch eine hohe Volatilität gekennzeichnet (Rabobank International, 2012).

Der vorstehend aufgezeigten Divergenz von Angebot und Nachfrage für Schweinefleisch versucht die chinesische Regierung durch Förderprogramme entgegenzuwirken. Im Fokus dieser

Förderprogramme stehen Subventionen, staatliche Investitionen sowie die Ausgestaltung begünstigender politischer Rahmenbedingungen für mittelgroße und großindustrielle Agrarunternehmen (vor allem „Drachenkopf“-Unternehmen). Dies hat zur Folge, dass große inländische Unternehmen des Agribusiness zunehmend die Produktion und Vermarktung von Schweinefleisch dominieren und kontrollieren (Schneider/Sharma, 2014).

Neben diesen Fördermaßnahmen unterhält die chinesische Regierung ein sogenanntes Preis-Monitoring-System, um die Schweineproduzenten zu unterstützen und die Angebotssituation zu stabilisieren. Angeschlossen an dieses Preis-Monitoring-System ist eine vom chinesischen Finanzministerium initiierte und verwaltete Schweinefleischreserve. Diese Schweinefleischreserve gliedert sich in zwei Teile: Zum einen werden lebende Schweine in Reserve gehalten, zum anderen existiert eine Reserve an gefrorenem Schweinefleisch. Die Reserve an lebenden Schweinen besteht aus einer mehrere Millionen Köpfe umfassenden Herde. Diese Herde rotiert monatlich zwischen 200 bis 300 industriellen Schweineproduzenten. Das gefrorene Schweinefleisch wird vom Staat eingekauft und in Schweinefleischfabriken eingelagert, die über eine Mindestlagerkapazität von 3.000 t verfügen. Der Verkauf von gefrorenem Schweinefleisch aus der Reserve erfolgt auf zwei Wegen: Einerseits wird es über öffentliche Versteigerungen, andererseits über Verkaufsstellen des Einzelhandels auf den Markt gebracht (Rabobank International, 2012).

Die Sicherung eines ausreichenden inländischen Angebots wird jedoch nicht nur durch den mit der Umstrukturierung einhergehenden Konsolidierungsprozess erschwert. Eine wesentliche Herausforderung besteht zusätzlich in der Verfügbarkeit genetischer Ressourcen, die die Züchtung von Schweinen im Rahmen der großindustriellen Agrarproduktion ermöglichen. Da die inländischen Züchtungstechnologien bisher noch nicht den Anforderungen einer industriellen Agrarproduktion gerecht werden, müssen die genetischen Ressourcen derzeit noch importiert werden. Aus diesem Grund ist in den letzten Jahren ein starker Anstieg des Imports lebender Schweine zu verzeichnen. Schätzungen zufolge soll die Anzahl der lebend importierten Zuchtschweine im Jahr 2014 bei 23.000 Tieren liegen, wobei 50 % aus den USA – dem größten Importeur für lebende Zuchtschweine – kommen sollen (Scott/Jianping, 2014).

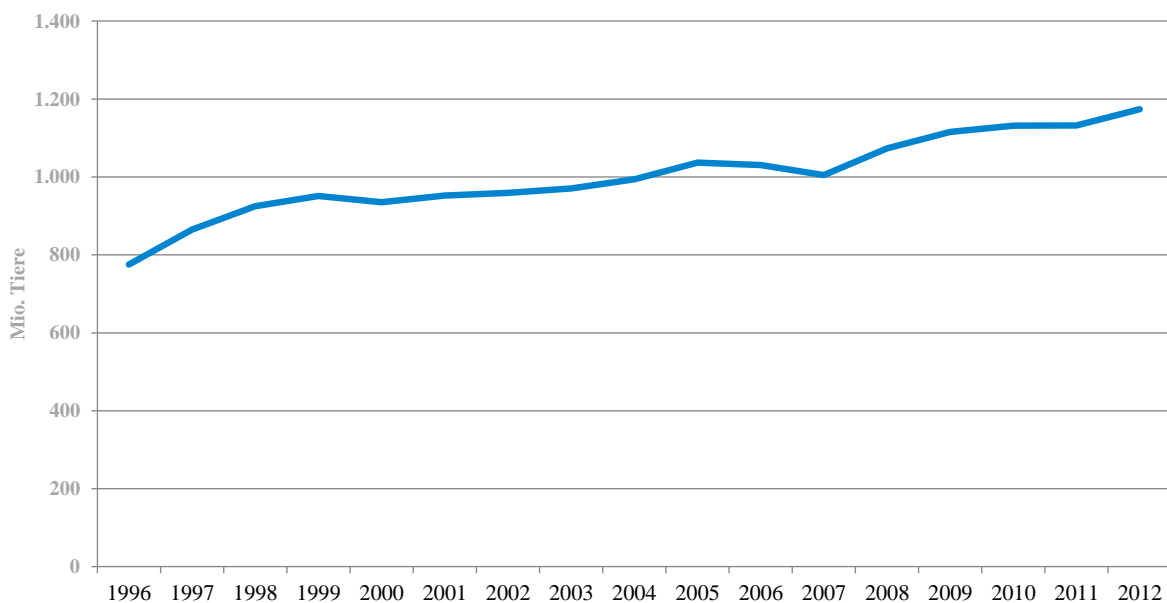
### 4.1.1 Landwirtschaftliche Produktion von Schweinefleisch

Die Umstrukturierung der Schweinefleischproduktion schlägt sich nicht nur in Marktdaten nieder, sondern beeinflusst neben Struktur und Haltungsform auch die geografische Verteilung der Tierbestände.

#### *Tierbestände*

Insgesamt stieg die Anzahl der Schlachtschweine im Zeitraum von 1996 bis 2012 um das knapp 1,5-Fache an und erreichte nahezu 1.174 Mio. Tiere. Nahm die Anzahl der Schlachtschweine von rund 775 Mio. in 1996 bis 2006 auf gut 1.031 Mio. Tiere stetig zu, so ist die Entwicklung bis 2012 durch einen markanten Rückgang in 2007 geprägt. Von 2006 auf 2007 sank die Anzahl der Schlachtschweine um knapp 26 Mio. (vgl. Abbildung 6). Dieser Rückgang wurde durch den Ausbruch der Blau-Ohren-Krankheit im Jahr 2006 verursacht. Vor allem kleinbäuerliche Betriebe der Schweineproduktion waren vom Ausbruch der Krankheit betroffen, was unter anderem in den schlechten hygienischen Bedingungen und einem defizitären Betriebsmanagement der kleinbäuerlichen Betriebe begründet war. Diese Umstände begünstigten den Ausbruch der Blau-Ohren-Krankheit und veranlassten die chinesische Regierung zu einer Intensivierung der Förderung von großstrukturierten Anlagen der Schweineproduktion (Schneider/Sharma, 2014).

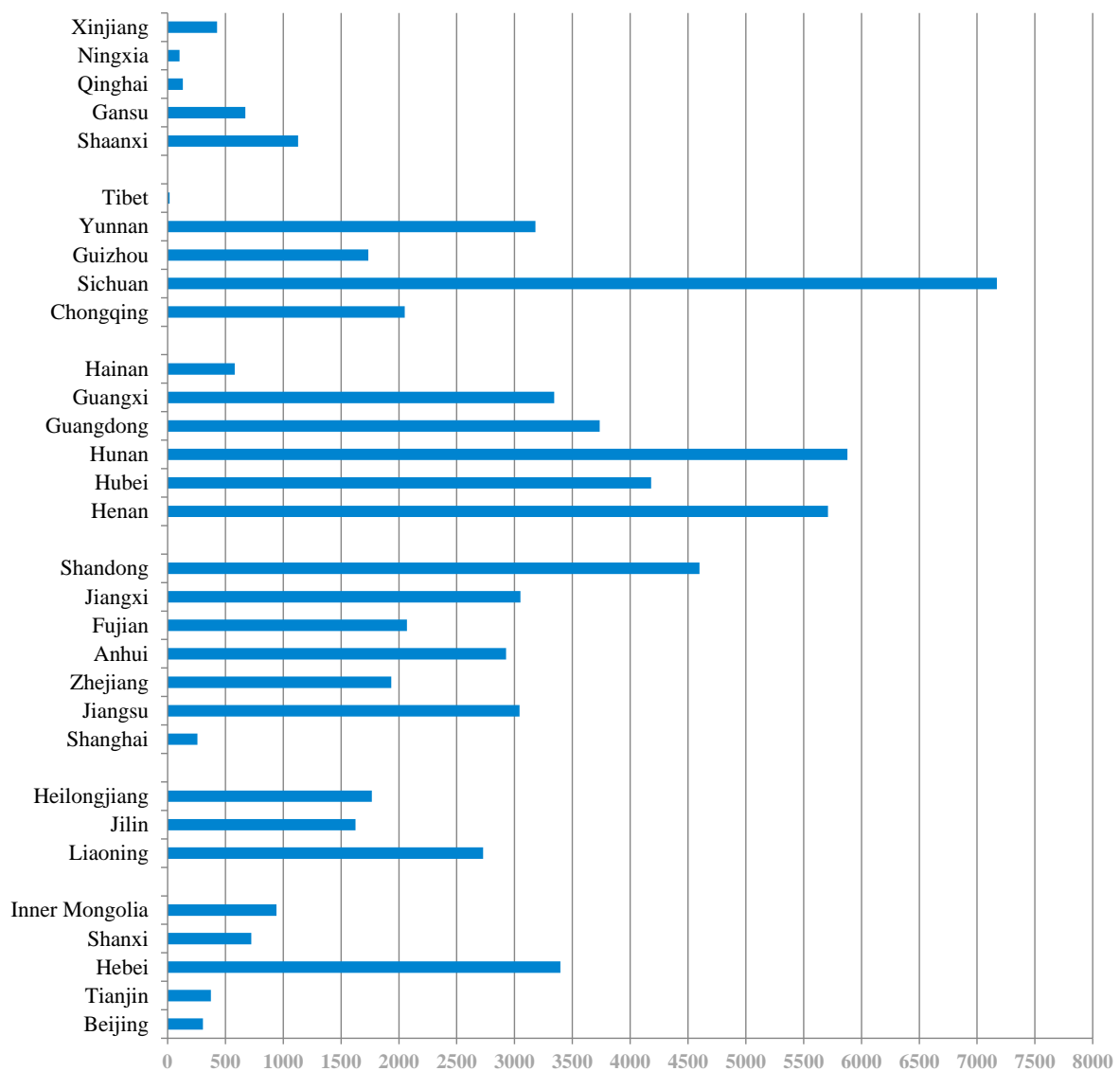
**Abbildung 6: Entwicklung der Anzahl von Schlachtschweinen in China**



Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics China (2014)

Die fünf Hauptregionen für die Schweineproduktion sind Sichuan, Hunan, Henan, Shandong und Hubei. Wie Abbildung 7 zu entnehmen ist, bewegt sich in diesen Regionen die Anzahl an Schlachtschweinen zwischen 40 Mio. und über 70 Mio. Tieren. Diesen Regionen ist gemeinsam, dass sie gleichzeitig auch zu den Hauptanbaugebieten von Getreide gehören und in einer gewissen Reichweite zu den großen Märkten für Schweinefleisch wie Beijing, Hongkong, Shanghai und Guangzhou liegen.

**Abbildung 7: Anzahl Schlachtschweine nach Regionen**



in 10.000, Stand 2012

Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics of China (2014)

Mit der Umstrukturierung der Schweineproduktion ist derzeit auch eine Verschiebung in den Nordosten Chinas zu beobachten. Darüber hinaus verlagern sich vor allem industrielle Produktionsbetriebe an die südlichen Küstengebiete. Dort sind zwar die zur Verfügung stehenden Flächen knapper, die Lohnkosten höher und die Verfügbarkeit von lokalem Getreide als Futtermittel geringer (Rabobank International, 2012), jedoch können die Märkte in den Metropolregionen besser bedient werden. Dies ist unter anderem auf die Effizienz und hohe Kapitalausstattungen der industriell ausgerichteten Unternehmen sowie ihre landlose Produktionsweise zurückzuführen. Die Regionen im Südosten und an der Ostküste Chinas weisen mittlerweile eine Konzentration von Futtermittel-Unternehmen, Schlachtern und Verarbeitungsbetrieben auf. Ein grundsätzliches Merkmal der geografischen Verteilung dieser landlosen Produktionssysteme ist, dass sie die Nähe zu Futtermitteln suchen; hierzu siedeln sie sich entweder in den Hauptregionen des Getreideanbaus oder in der Nähe zu Häfen an (Steinfeld et al., 2006).

### **Expertenmeinung**

*In den chinesischen Ballungszentren gibt es Probleme, die Versorgung mit Fleisch durch die eigene Produktion zu gewährleisten. Seitens der Politik wird hier versucht gegenzusteuern, indem der Bau von Mastanlagen (insbesondere für Schweine und Rinder) im direkten Umfeld der Ballungszentren staatlich gefördert wird. Vermutlich ist der Konsum von Importfleisch aufgrund der Versorgungsengpässe vergleichsweise höher als in den ländlichen Regionen. Es bestehen für den Konsumenten jedoch nicht unbedingt Preisunterschiede zwischen heimischem und importiertem Fleisch.*

### *Struktur- und Haltungsformen*

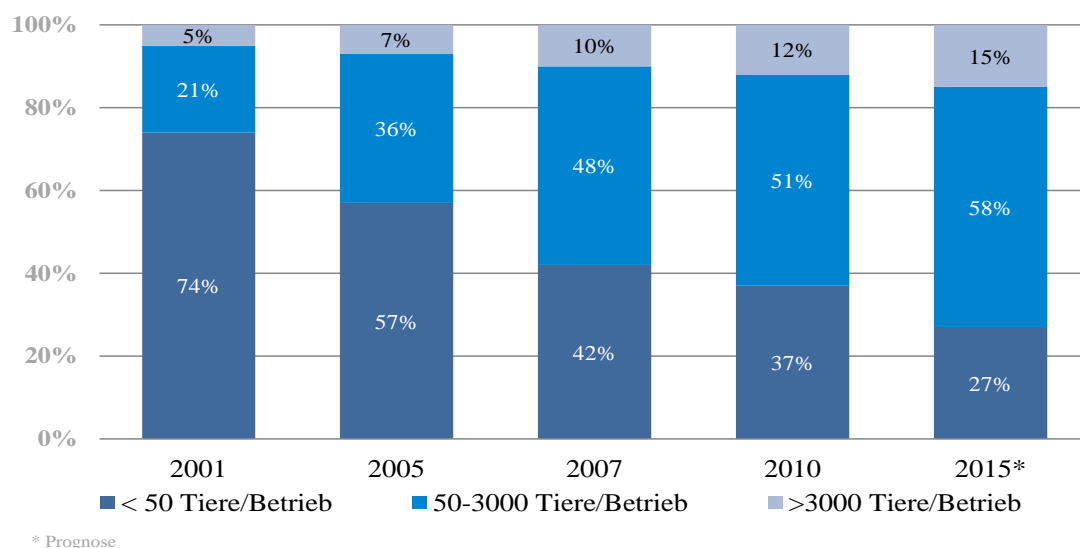
Wie bereits dargelegt, unterliegt die chinesische Schweineproduktion seit 2006/2007 einem enormen Strukturwandel, der auf Intensivierung und Industrialisierung ausgerichtet ist. Generell kann zwischen drei unterschiedlichen Formen der chinesischen Schweineproduktion unterschieden werden: kleinbäuerliche Betriebe/Hinterhofhaltung, spezialisierte Betriebe, industrielle Betriebe.

Die Schweineproduktion in kleinbäuerlichen Betrieben oder der Hinterhofhaltung hat in China eine lange Tradition. In der Regel werden in diesen Betrieben zwischen ein und

49 Schweine gehalten, die meist von einer heimischen Rasse sind. Sie werden überwiegend für den Eigenbedarf gehalten oder auf Landmärkten zum Verkauf angeboten. In erster Linie dienen sie aber zur Unterstützung der Pflanzenproduktion. Die Tiere konvertieren Essensreste in Dung, der auf das Feld ausgebracht werden kann. Im Vergleich zu den Hochleistungsrassen weisen die in den Kleinstbetrieben gehaltenen Rassen eine geringe Futtermittelleffizienz auf und brauchen bis zu 200 Tage, um ihr Schlachtgewicht zu erreichen (Huang et al., 2012).

Nachdem die chinesische Regierung für die Umsetzung der politischen Zielsetzungen unter anderem die Anforderungen an das Betriebsmanagement höher gesteckt und gleichzeitig mit einer Senkung der Körperschaftssteuer Unternehmen begünstigt hat, ist die kleinbäuerliche Produktion rückläufig. Aufgrund der mit den steigenden Anforderungen an das Betriebsmanagement einhergehenden wachsenden Kosten entschließen sich viele kleinbäuerliche Produzenten für eine Aufgabe der Schweineproduktion oder werden sogenannte „spezialisierte“ Schweineproduzenten bzw. Wanderarbeiter in der industriellen Schweineproduktion. Während kleinbäuerliche Schweineproduzenten durch die Maßnahmen zur Umsetzung der politischen Zielsetzungen aus der Produktion gedrängt werden, erfahren die industrielle Schweineproduktion sowie die sogenannten „spezialisierten“ Unternehmen staatliche Förderung und Unterstützung. So können sich die beiden letztgenannten Produktionsformen aufgrund intensiverer Subventionierung trotz einer starken Preisvolatilität am Markt behaupten.

**Abbildung 8: Entwicklung der Struktur der Schweineproduktionsbetriebe**



Prozentualer Anteil am gesamten inländischen Schweinebestand  
 Quelle: Eigene Darstellung nach Rabobank International (2013)

Wie Abbildung 8 zeigt, führen die aktuellen politischen Maßnahmen sowie eine hohe Volatilität des Marktes zu einem drastischen Rückgang des Anteils kleinbäuerlicher Produktionssysteme am inländischen Schweinebestand Chinas. Betrug ihr Anteil im Jahr 2001 noch 74 %, sank er bis zum Jahr 2010 um 37 Prozentpunkte auf 37 %. Im gleichen Zeitraum nahm der Anteil der in den spezialisierten Unternehmen gehaltenen Schweine am inländischen Schweinebestand um 30 Prozentpunkte zu. So befand sich im Jahr 2010 mehr als die Hälfte des inländischen Schweinebestandes (51 %) im Besitz „spezialisierter“ Unternehmen. Als „spezialisierte“ Unternehmen der Schweineproduktion werden Unternehmen kategorisiert, die eine Bestandsstärke von 50 bis 3.000 Tiere aufweisen. Diese Unternehmen begannen sich in den 1980er Jahren nach der Liberalisierung der kollektiven Produktion zu entwickeln. Es handelt sich überwiegend um Familienbetriebe oder kleine und mittelständische Unternehmen, die sich aufgrund der weiterhin steigenden Nachfrage nach Schweinefleisch von der Pflanzenproduktion abgewendet haben und sich nunmehr auf die Versorgung der lokalen Schweinemärkte konzentrieren. Einige dieser Unternehmen produzieren im Rahmen verschiedener Vertragsmodelle für industrielle Schweinefleischproduzenten. Oftmals fungieren sie aber auch als spezialisierte Ferkelzüchter oder Schweinemäster. Anders als die kleinbäuerlichen oder Hinterhof-Produzenten spielt die Steigerung der Futtermiteffizienz und somit die Reduzierung der Mastzeit bei der Produktion der „spezialisierten“ Unternehmen eine tragende Rolle. Da diese Unternehmen in der Regel entweder lokale Märkte oder Großunternehmen bedienen, die auf eine vertikale Integration ausgerichtet sind, werden sie vor allem durch staatliche Investitionen in Infrastrukturmaßnahmen unterstützt (Schneider/Sharma, 2014).

Bei den (groß-)industriellen Schweineproduzenten handelt es sich um Unternehmen, die im Jahr mehr als 3.000 Schlachtschweine produzieren. Dabei ist ihre Produktion auf den Einsatz neuester Technologien ausgerichtet. Die Mästung erfolgt mit Getreide unter strikter Einhaltung von Prozessabläufen. Die Optimierung der Futtermiteffizienz zur Reduzierung der Mastzeiten steht im Vordergrund. Die industrielle Schweineproduktion hat ihren Anteil am inländischen Schweinebestand zwischen 2001 und 2010 ebenfalls mit einem Zuwachs um 7 Prozentpunkte von 5 % auf 12 % mehr als verdoppelt. Die Rabobank International (2013) prognostiziert einen weiteren Anstieg des Anteils der industriellen Schweineproduktion am inländischen Schweinebestand auf 15 %, was eine Verdreifachung des Anteils im Vergleich zum Jahr 2001 wäre (Rabobank International, 2013). Dieser Zuwachs kann zwar mit dem bei



den „spezialisierten“ Unternehmen verzeichneten Zuwachs nicht mithalten, allerdings kann die Divergenz zwischen den jeweiligen Anteilen nicht als Anhaltspunkt für die Bedeutung der jeweiligen Produktionsweise herangezogen werden. Wie bereits dargelegt ist davon auszugehen, dass ein wesentlicher Teil der „spezialisierten“ Unternehmen als „Zulieferer“ für die industrielle Produktion fungiert. Die aufgezeigten Verschiebungen der Produktionsstrukturen führen zu einer zunehmenden Entwicklung der Angebotsstruktur in koordinierten Wertschöpfungsketten.

#### *Besitzverhältnisse und Unternehmensstrukturen*

Kleinbäuerliche Schweineproduzenten sind in der Regel Frauen oder ältere Menschen, die auf dem Land zurückgeblieben sind, während junge Menschen und Männer in den chinesischen Städten Arbeit suchen. Der Schweineproduktion kommt eine Bedeutung im Rahmen einer eher ganzheitlich ausgeprägten Selbstversorgung zu (Schneider, 2014).

„Spezialisierte“ Schweineproduzenten können aufgrund ihrer Kategorisierung ab Tierbeständen von 50 Tieren bis zu Tierbeständen mit 3.000 Tieren kaum systematisiert werden. Sie reichen von kleinen Familienbetrieben, über genossenschaftlich bzw. kollektiv organisierte Kleinproduzenten bis hin zu kleinen und mittelständischen Unternehmen. Die Aktivitäten können im Rahmen der Schweineproduktion mannigfaltig ausgestaltet sein. So kann ein Unternehmen auf die Ferkelproduktion, die Ferkelaufzucht oder Abschnitte der Schweinemast spezialisiert sein, Schweine unter einem Vertrags-Modell für einen auf vertikale Integrationen ausgerichteten industriellen Schweine(fleisch)produzenten produzieren oder seine Schweine an einen Viehhändler zur Schlachtung/Verarbeitung verkaufen.

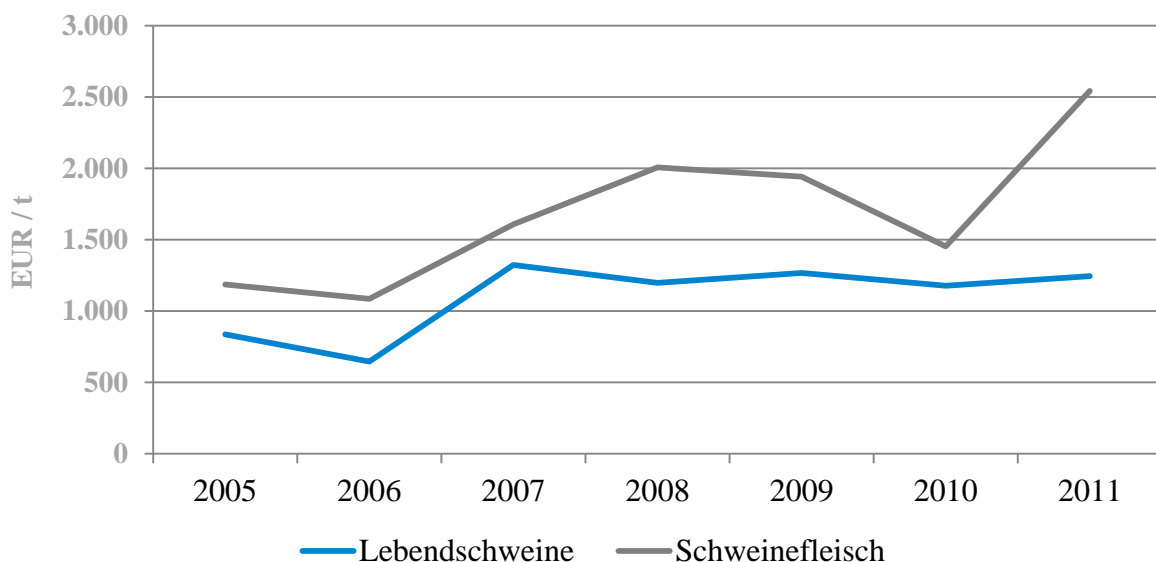
Obwohl „Drachenkopf“-Unternehmen in erster Linie als koordinierende Elemente für die Bereiche Verarbeitung, Vermarktung und Verkauf etabliert werden sollten, übernehmen sie im Bereich der Schweineproduktion ebenfalls eine führende Rolle. So waren im Jahr 2011 bereits 60 % der Top-10-Züchtungs- und Schweineproduktionsbetriebe „Drachenkopf“-Unternehmen. Als das führende Unternehmen der Schweineproduktion sticht dabei Wens Family Farms hervor. Wens Family Farms wird in zahlreichen Veröffentlichungen als das mit Abstand führende „Drachenkopf“-Unternehmen geführt. Wens Family Farms bedient vornehmlich den Markt von Guandong. Von 2008 bis 2011 baute Wens seine Produktion von

110.000 auf 350.000 Sauen aus. Zu den großen Unternehmen der Schweineproduktion gehört auch LOUNIUShan mit Sitz in Hainan. Dieses Unternehmen baute die Herde seiner Zuchtsauen von 20.000 in 2008 auf 60.000 in 2011 aus. Die Märkte von Henan und Shanghai bedient unter anderem Muyuan mit Sitz in Henan. Muyuan erweiterte im Zeitraum von 2008 bis 2011 seinen Bestand an Sauen um das nahezu Fünffache von 11.000 auf 50.000 (McOrist et al., 2011).

### *Preisentwicklungen im Schweinefleischsektor*

In Abbildung 9 ist die Entwicklung der Schweinefleischpreise bzw. der Preise für Lebend-  
schweine dargestellt. Der Schweinefleischpreis pro Tonne hat sich seit 2005 mehr als verdop-  
pelt und unterliegt gegenüber dem Preis für Lebend-  
schweine größeren Schwankungen, vor  
allem seit dem Jahr 2010. Hier stieg der Preis für Schweinefleisch von 1.454 EUR/t auf  
2.543 EUR/t in 2011 an. Bis auf diesen Anstieg verlief der Preis für Lebend-  
schweine seit  
2005 unterhalb der Preiskurve von Schweinefleisch parallel, mit einem kleinen Preisrückgang  
in 2006 auf 646 EUR/t für Lebend-  
schweine und 1.085 EUR/t für Schweinefleisch.

**Abbildung 9: Preisentwicklung von Lebend-  
schweinen und Schweinefleisch**



Quelle: Eigene Darstellung

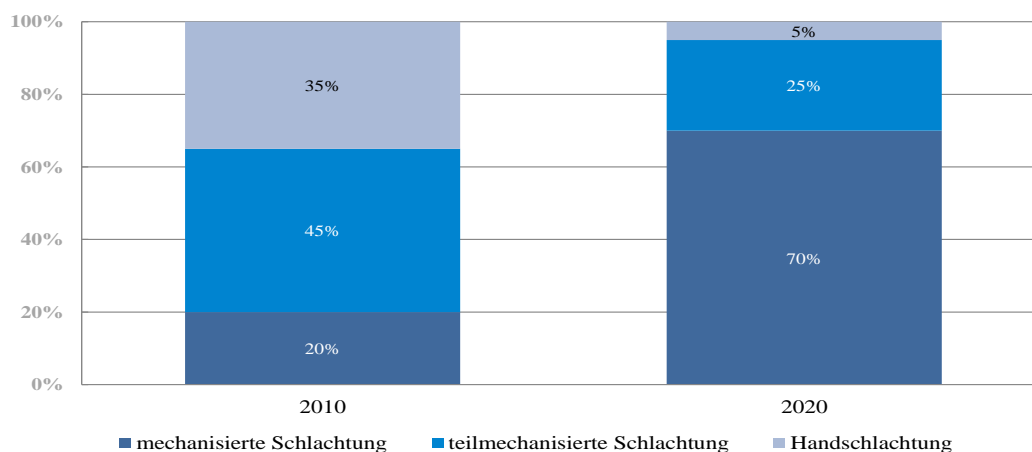
## 4.1.2 Gewinnung von Schweinefleisch – Schlachtung/Zerlegung

### Struktur

Die in kleinbäuerlichen Betrieben und teilweise auch in kleinen „spezialisierten“ Unternehmen produzierten und gemästeten Schweine werden in der Regel von Viehhändlern gekauft und von diesen dann an Schlachtereien veräußert. Soweit die industrielle Schweineproduktion nicht in einem vertikal integrierten Betrieb erfolgt, verkauft der Schweineproduzent die Tiere ohne zwischengeschalteten Viehhändler an eine Schlachtereier. Tiere der industriellen Schweineproduktion werden meist entlang der eigens aufgebauten Wertschöpfungskette der einzelnen Unternehmen geschlachtet und zerlegt.

Da die Etablierung der „Drachenkopf“-Unternehmen insbesondere darauf abzielte, einen hohen Standard in der Lebensmittelsicherheit einzuführen, wird die durch sie verursachte Konsolidierungswirkung ab der Stufe der Schlachtung und Zerlegung deutlich. Zum einen führt der Rückgang der Schweineproduktion in kleinbäuerlichen Produktionssystemen zu einer Dezimierung der kleinen Schlachthöfe, zum anderen kommt es zu einer Konzentration der Schlachtungen auf großen Schlachthöfen, die oftmals Betriebseinheiten der industriellen Schweineproduktion sind. In der Konsequenz ist die Gesamtzahl der registrierten Schlachthöfe von 30.000 im Jahr 2006 um zwei Drittel auf 10.000 im Jahr 2012 gesunken. Dass dieser Rückgang auf den anhaltenden Konsolidierungsprozess zurückzuführen ist, legen auch die Zahlen zur Entwicklung des zunehmenden Mechanisierungsgrades der Schlachtungen nahe (vgl. Abbildung 10).

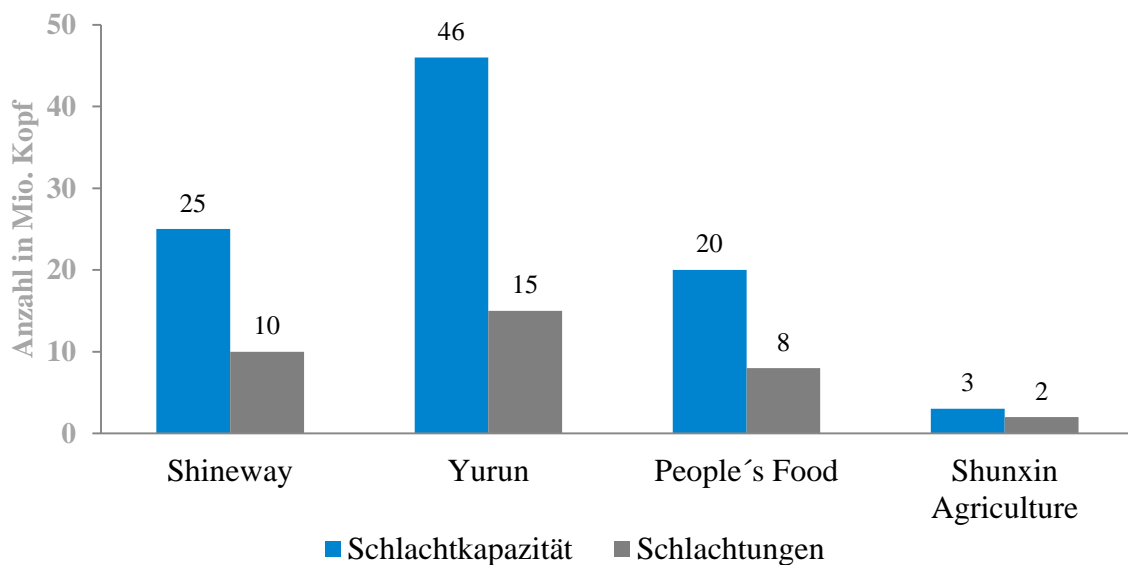
Abbildung 10: Erwartete Entwicklung des Anteils der Art der Schlachtung



Quelle: Eigene Darstellung nach Rabobank International (2013)

Schätzungen der Rabobank International (2012) bezüglich der Auslastung von Schlachtkapazitäten großer Unternehmen verdeutlichen, dass die Expansion der Schlachtkapazitäten weiter vorangeschritten ist, als der Ausbau der industriellen Schweineproduktion (Rabobank International, 2012). Dies ist auch aus Abbildung 11 ersichtlich. Demnach lag die Jahresschlachtkapazität der Top-10-Schlachthöfe für Schweine bei 120 Mio. Kopf, die tatsächliche Schlachtmenge dieser Top-10-Unternehmen erreichte mit 36 Mio. Kopf gerade mal eine Auslastung der Kapazitäten von 30 %. Mit dieser geringen Auslastung ihrer Kapazitäten erreichen die Schlachtbetriebe der industriellen Schweinefleischproduktion nur einen Marktanteil von 5 %. Dies verdeutlicht den bestehenden Koordinierungsbedarf zwischen den beiden Stufen der Wertschöpfungskette „Produktion/Mast“ und Schlachtung (Rabobank International, 2012).

**Abbildung 11: Schlachtkapazitäten und die geschätzte Anzahl der Schlachtungen**



Stand: 2011

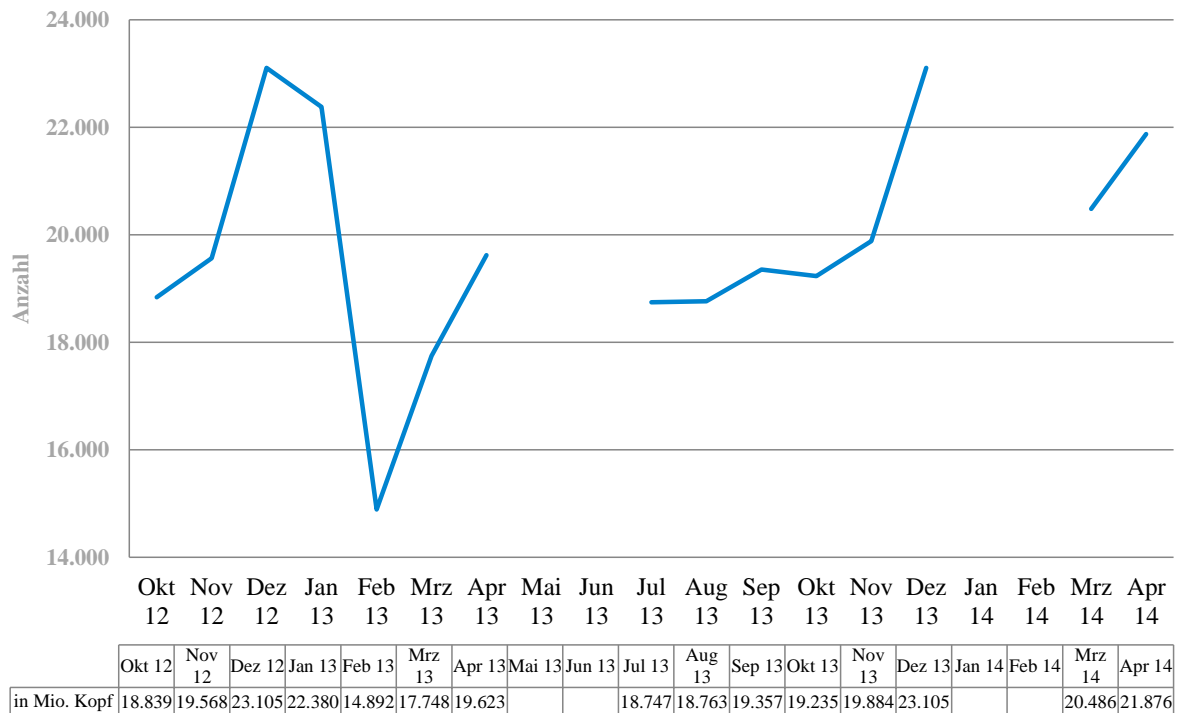
Quelle: Eigene Darstellung nach Rabobank International (2013)

### *Produktionsmengen*

Angaben zur Gesamtproduktion der chinesischen Schlacht- und Zerlegungsbetriebe sind im betrachteten Zeitraum von Oktober 2012 bis April 2014 nicht vollständig verfügbar. Anhand der unvollständigen Daten lassen sich keine klaren Tendenzen und Entwicklungen ableiten. Allerdings ist zu erkennen, dass die Anzahl der geschlachteten Schweine sowohl im Dezember 2012 als auch im Dezember 2013 auf über 23 Mio. Tiere anstieg. Von Dezember 2012 bis Februar 2013 nahm die Anzahl der geschlachteten Tiere um gut 8 Mio. Tiere ab, bevor sie

bis April 2013 wieder auf knapp 20 Mio. anstieg. Nach Dezember 2013 sind bis März 2014 keine Daten vorhanden, von März 2014 bis April 2014 nahm die Zahl der geschlachteten Schweine wieder leicht zu; sie stieg von ca. 20,5 Mio. auf 21,9 Mio.

**Abbildung 12: Entwicklung der geschlachteten Schweine in Großschlachtereien**



Quelle: Eigene Darstellung nach Beijing Green Agriculture (2014)

### *Besitzverhältnisse*

Der Bereich der Schlachtung und Zerlegung ist der erste Schritt in der Wertschöpfungskette von Schweinefleisch, in dem die „Drachenkopf“-Unternehmen zentral wirken sollen. Vor diesem Hintergrund erklärt sich, dass – gemessen an den Einnahmen – 80 % der zehn größten Schlacht- und Zerlegungsbetriebe „Drachenkopf“-Unternehmen sind. Ausländische Unternehmen haben keinen Anteil an diesem Marktsegment (Schneider/Sharma, 2014). Zu den größten Schlacht- und Zerlegungsbetrieben gehören Jinluo, Yurun, Shuanghui Pengcheng, Gaojing, Zhongpin, Delisi und Jingyan. Dabei gehört Jinluo zum größten Fleischunternehmen: People’s Food. Shuanghui hingegen erregte im September 2013 großes Aufsehen, als das Unternehmen Smithfield Foods übernahm. Es handelte sich dabei um die größte Übernahme eines US-amerikanischen Unternehmens durch einen chinesischen Marktakteur.

### **4.1.3 Fleischwarenherstellung – Verarbeitung von Schweinefleisch**

#### *Struktur*

Daten zur Fleischwarenherstellung bzw. Verarbeitung von Schweinefleisch sind für den chinesischen Markt nicht verfügbar. Um einen Einblick in Größenordnungen zu bekommen kann nur auf den öffentlich zugänglichen Geschäftsbericht von People's Food Holdings Limited (2012) als einem der größten, wenn nicht gar dem größten Akteur der Fleischwarenherstellung Chinas zurückgegriffen werden (People's Food Holdings Limited, 2012).

#### *Produkte*

People's Food Holdings Limited ist sowohl in der Tierproduktion als auch in den nachfolgenden Schritten der Fleischproduktion aktiv. Im Bereich der Fleischproduktion und -verarbeitung produziert People's Food Holdings Limited gefrorenes Schweinefleisch, frisches Schweinefleisch, Nebenprodukte vom Schwein, gefrorenes Hähnchenfleisch, gegarte Fleischprodukte sowie verarbeitete Fleischprodukte.

Im Jahr 2012 betrug der Umsatzanteil von gefrorenem Schweinefleisch 26,9 % und wuchs damit im Vergleich zum Jahr 2011 um 6,8 Prozentpunkte. Der Anteil von frischem Schweinefleisch am Umsatz betrug im Jahr 2012 19,1 % und sank damit im Vergleich zum Jahr 2011 (21,9 %). Wie bei gefrorenem Schweinefleisch stieg der Anteil der Nebenprodukte am Umsatz von 2011 auf 2012. Betrug er im Jahr 2011 noch 8,9 %, lag er im Jahr 2012 bei 10,2 % (People's Food Holdings Limited, 2012).

#### *Besitzverhältnisse*

Auch im Bereich der Verarbeitung spiegelt sich die Bedeutung der „Drachenkopf“-Unternehmen wider. Bis auf ein Unternehmen sind die erfolgreichsten zehn Verarbeitungsbetriebe „Drachenkopf“-Unternehmen, dies entspricht etwa 90 %. Auch in diesem Bereich beträgt der Anteil ausländischer Unternehmen 0 % (Schneider/Sharma, 2014).

### **4.1.4 Vermarktung von Schweinefleisch**

#### *Struktur*

Klare Strukturen sind bei der Vermarktung von Schweinefleisch nicht zu erkennen. Der noch andauernde Konsolidierungs- und Transformationsprozess ist noch nicht so weit vorange-

schritten, als dass sich ganz klare Vermarktungsstrukturen herausbilden. Aufgrund des derzeitigen Nebeneinanders der verschiedenen Produktionsmodelle sowie des unzureichenden Ausbaus von Kühlketten variiert die Vermarktung mit den jeweiligen Gegebenheiten und Umständen (Bargie et al., 2013).

### *Absatzwege*

Die Absatzwege für Schweinefleisch differieren je nachdem, aus welchem Schweineproduktionssystem das Fleisch stammt. Im Rahmen des traditionellen Absatzes, der auf dem Verkauf von Schweinefleisch auf Straßenmärkten beruht, spielt eine Vielzahl von Mittelsmännern bzw. Händlern eine wichtige Rolle. Dies gilt sowohl auf der Stufe zwischen Schweineproduzenten und Schlachtung als auch auf der Stufe zwischen Schlachtung und Einzelhandel. Die Tatsache, dass diese Strukturen den Absatz von Schweinefleisch nach wie vor so wesentlich prägen, ist dem Umstand geschuldet, dass die Industrialisierung der Schweinefleischproduktion und ihre Koordinierung eher langsam voranschreiten (Rabobank International, 2012).

**Tabelle 1: Absatzwege für Schweinefleisch in China**

	<b>2010</b>	<b>2020</b>
Straßenmärkte	67%	40%
Organisierter Großhandel	17%	38%
Hotels/Restaurants/Catering (HoReCa)	15%	18%
Quick Service Restaurants	1%	4%

Quelle: Eigene Darstellung nach Bargie et al. (2013)

Tabelle 1 (Bargie et al., 2013) verdeutlicht, dass sich der Absatz von Schweinefleisch im Jahr 2010 nach wie vor überwiegend über Straßenmärkte selbst organisierte. 67 % des Schweinefleischabsatzes erfolgte über diese Märkte, gefolgt vom organisierten Großhandel, über den 17 % des Schweinefleisches abgesetzt wurden. Für den Absatz von Schweinefleisch spielen zwar auch der HoReCa-Bereich und Schnell-Service-Restaurants eine Rolle, betrachtet man aber die prognostizierte Entwicklung der Absatzstruktur bis zum Jahr 2020 wird deutlich, dass eine wesentliche Verschiebung von Straßenmärkten hin zum organisierten Großhandel zu erwarten ist. So prognostiziert die Studie, dass im Jahr 2020 der Absatz von Schweinefleisch zu 38 % über Straßenmärkte und zu 40 % über den organisierten Großhandel erfolgen wird.

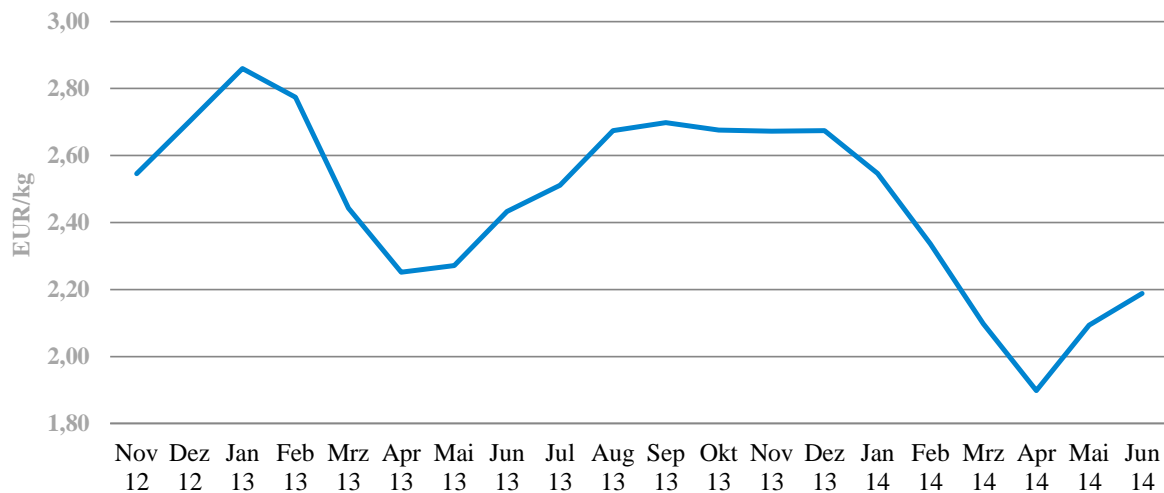
## Logistik

Die Organisation der Logistik wird zunehmend von der Schweinefleischindustrie übernommen. Das industriell produzierte Schweinefleisch wird dabei von Lieferanten zu Großhändlern gebracht, die dann das Schweinefleisch über einen sehr fragmentierten Einzelhandel an den Endverbraucher bringen. Als Transportwege werden die Schienen- und Straßennetze genutzt. Vor dem Hintergrund, dass die Bahn als Verkehrsmittel prioritär für den Personenverkehr vorgehalten wird, verlagert sich der Hauptteil des Schweinefleischtransports auf die Straße. Aufgrund der Tatsache, dass enorme Distanzen in einem leistungsschwachen Straßensystem zurückgelegt werden müssen, konzentrieren sich die Schweinefleischproduzenten mit kühlungsbedürftigen Waren auf die lokalen Märkte (Rabobank International, 2012).

## Entwicklung des Groß- und Einzelhandelspreises für Schweinefleisch

In der Entwicklung des Großhandelspreises für Schweinefleisch von Anfang November 2012 bis Anfang Juli 2014 zeigt sich abermals die Volatilität des Marktes für Schweinefleisch (vgl. Abbildung 13).

**Abbildung 13: Entwicklung des Großhandelspreises für Schweinefleisch**



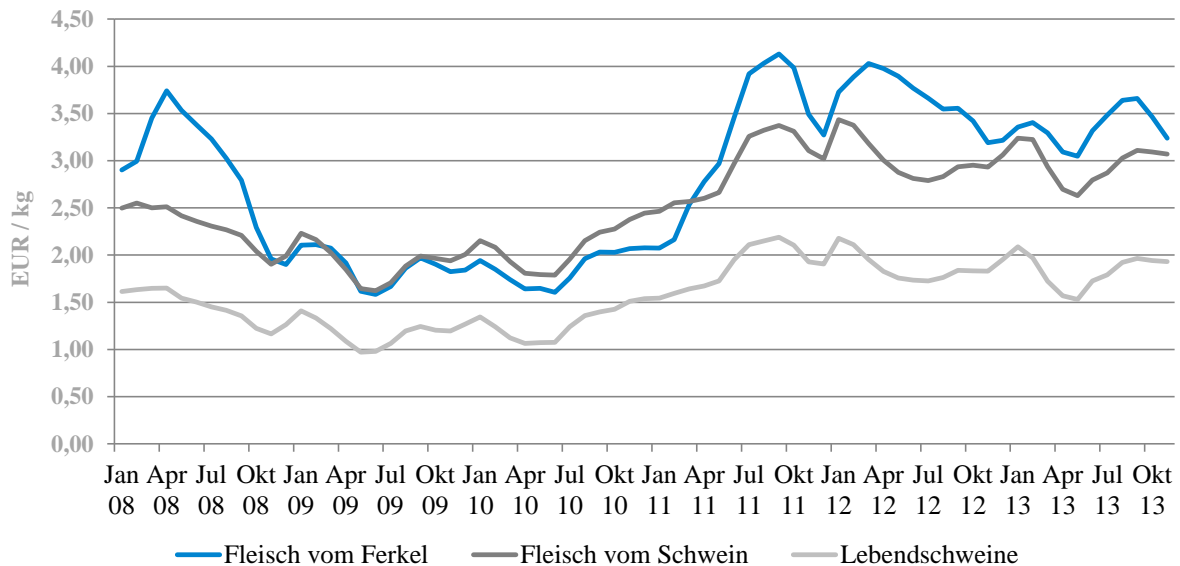
Quelle: Eigene Darstellung nach Beijing Green Agriculture (2014)

Stieg der Großhandelspreis für Schweinefleisch von Anfang November 2012 bis Ende Januar 2013 um gut 0,30 EUR/kg auf 2,86 EUR/kg an, so fiel er ab Anfang Februar 2013 bis Ende April 2013 auf 2,25 EUR/kg. In den darauffolgenden Monaten erholte er sich bis zum Spätsommer 2013 wieder und erreicht 2,70 EUR/kg. Ab Ende August pendelte er sich auf diesem



Niveau bis Ende Dezember 2013 ein, bevor er im ersten Halbjahr 2014 bis Mitte April auf den Tiefststand des Betrachtungszeitraums mit 2,09 EUR/kg sank und seitdem kontinuierlich steigt.

**Abbildung 14: Entwicklung der Einzelhandelspreise für Schweinefleisch**



Quelle: Eigene Darstellung

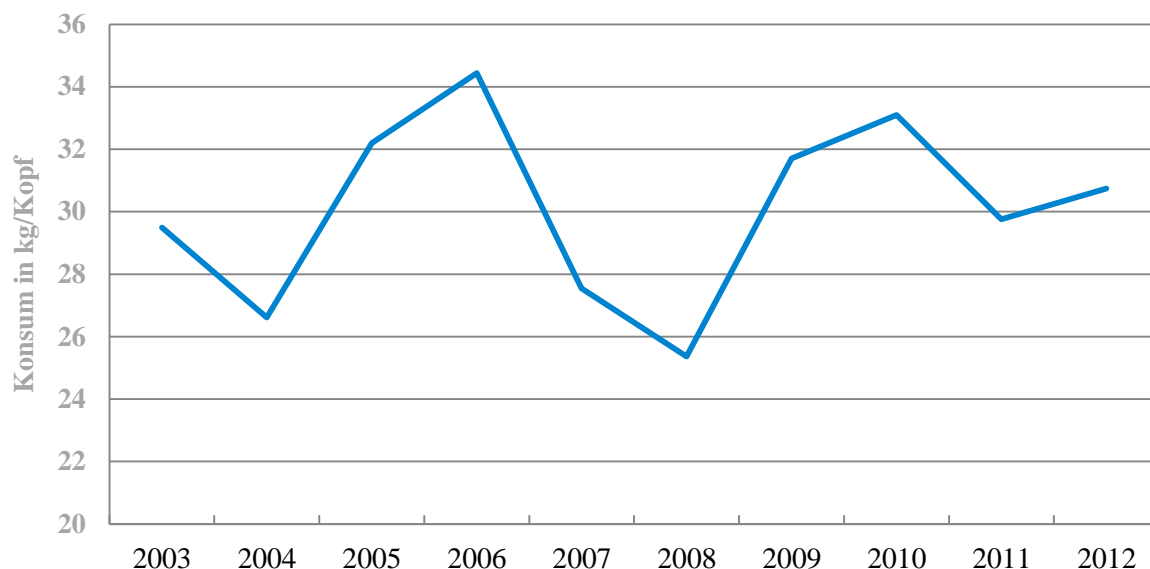
Auch die Einzelhandelspreise sind sehr volatil (vgl. Abbildung 14). Dabei ist das Ferkelfleisch im Schnitt doppelt so teuer wie Lebendschweine. Der Preis für Lebendschweine unterliegt ebenso vielen Schwankungen wie der Preis für Ferkel- und Schweinefleisch, jedoch sind die Ausschläge nicht so stark. So lagen die Preise im Mai 2010 noch bei 1,79 EUR/kg für Schweinefleisch, 1,65 EUR/kg für Ferkelfleisch und 1,07 EUR/kg für Lebendschweine. Während sich die Preise für Lebendschweine und Schweinefleisch bis September 2011 knapp verdoppelten auf 3,37 EUR/kg für Schweinefleisch und 2,19 EUR/kg für Lebendschweine, stieg der Preis für Ferkelfleisch in dem Zeitraum um mehr als das Doppelte an, auf 4,13 EUR/kg. Deutlich wird, dass der Preis für Schweine- und Ferkelfleisch sowie Lebendschweine monatliche Schwankungen aufweist, die eine unterschiedliche Ausprägung besitzen.

#### 4.1.5 Konsum von Schweinefleisch

Der Konsum von Schweinefleisch in China ist sowohl durch eine hohe Volatilität als auch durch eine starke Saisonalität geprägt. Wie Abbildung 15 zeigt, wird – über einen längeren

Zeitraum betrachtet – die chinesische Nachfrage nach Schweinefleisch durch eine hohe Volatilität geprägt. In dieser Volatilität spiegelt sich die Sorge der chinesischen Konsumenten um die Lebensmittelsicherheit von Fleischprodukten wider. So steht der starke Anstieg des jährlichen Pro-Kopf-Verzehrs von Schweinefleisch ab dem Jahr 2004 von etwas mehr als 26 kg bis auf über 34 kg im Jahr 2006 im Zusammenhang mit der Verbreitung der Vogelgrippe in den Jahren 2004 und 2005. Der Ausbruch der Vogelgrippe im Jahr 2004 veranlasste die chinesischen Fleischkonsumenten, das bisher verzehrte Geflügelfleisch durch Schweinefleisch zu substituieren (Gale, 2012). Der in den Jahren 2007 und 2008 erfolgte Einbruch des jährlichen Pro-Kopf-Verzehrs von Schweinefleisch auf weniger als 26 kg wurde durch den Ausbruch der Blau-Ohren-Krankheit im Jahr 2006 verursacht. Aufgrund der daraus resultierenden Unsicherheit der Verbraucher wurde in dieser Zeit vermehrt Geflügelfleisch konsumiert. Der abermalige Anstieg des Konsums von Schweinefleisch im Jahr 2009 ist auf einen erneuten Ausbruch der Vogelgrippe im selben Jahr zurückzuführen. Saisonale Preisschwankungen lassen sich zudem durch festliche Anlässe erklären.

**Abbildung 15: Entwicklung des Pro-Kopf-Konsums von Schweinefleisch**

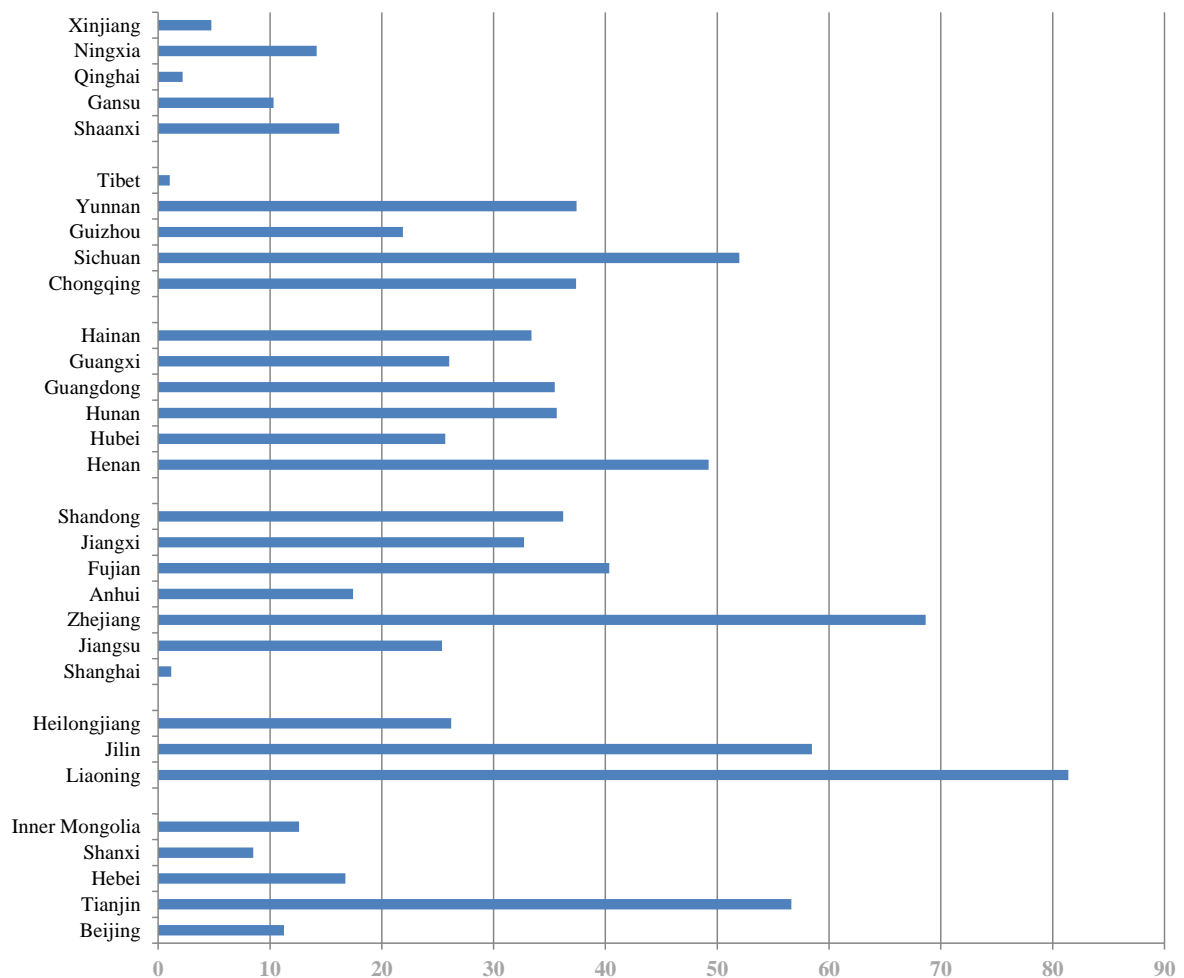


Quelle: National Bureau of Statistics of China (2014)

Bei Betrachtung des durchschnittlichen regionalen Pro-Kopf-Verzehrs von Schweinefleisch im Jahr 2012 wird deutlich, dass die pro Kopf konsumierte Menge zwischen den Regionen stark differiert, was vor allem auf unterschiedliche kulturelle und religiöse Gegebenheiten zurückzuführen ist (vgl. Abbildung 16). So liegt der Konsum von Schweinefleisch im bud-

dhistisch geprägten Tibet und der benachbarten Region Qinghai pro Kopf im Jahr 2012 unter 3 kg. Ganz anders verhält es sich hingegen mit dem Schweinefleischkonsum in Regionen wie Liaoning und Zhejiang. In Zhejiang betrug der Pro-Kopf-Verzehr von Schweinefleisch im Jahr 2012 mehr als 70 kg, den höchsten Pro-Kopf-Verzehr hatte im Jahr 2012 jedoch Liaoning mit mehr als 80 kg zu verzeichnen.

**Abbildung 16: Regionaler Pro-Kopf-Verzehr von Schweinefleisch**



Durchschnittlicher Jahres-Pro-Kopf-Verzehr in kg, Stand: 2012

Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics of China (2014)

### *Einkaufsstätten*

Die Wahl der Einkaufsstätte für Fleisch wird zunehmend von der Problematik der Lebensmittelsicherheit bestimmt und prägt so zunehmend das Gefüge des Lebensmitteleinzelhandels im Bereich der (Schweine-)Fleischprodukte. Es gilt, dass importierte Fleischprodukte in der Regel ihren Weg auf den chinesischen Markt über den internationalen Einzelhandel finden. Aus-

ländische Produkte werden in China weniger vom inländischen Lebensmitteleinzelhandel als vielmehr von den internationalen Akteuren, die sich bereits auf dem chinesischen Markt etabliert haben, in die Produktpalette aufgenommen.

### *Lebensmitteleinzelhandel*

Der Lebensmitteleinzelhandel unterteilt sich in Supermärkte sowie in sogenannte Hypermärkte. Bei Hypermärkten handelt es sich um eine Kombination aus Supermarkt und Warenhaus. In diesem Segment konnten sich ausländische Unternehmen des Einzelhandels mit großformatigen Ladengeschäften mittlerweile am chinesischen Markt etablieren. Dabei handelt es sich vor allem um Carrefour, Wal-Mart, Metro, Lotus, Auchan und Tesco. Diese Unternehmen beschränken sich in ihrem Warenangebot in der Regel auf importierte Produkte (Bargie et al., 2013). Als Antwort darauf hat sich der inländische Einzelhandel auf die Marktnische konzentriert, die sich zwischen den großformatigen Hypermärkten einerseits und den Straßenmärkten andererseits ergibt. In diesen Supermärkten werden weniger importierte Produkte angeboten als vielmehr die angebotenen Produkte vom inländischen Großhandel und regionalen Produzenten bezogen. Diese Marktnische ist allerdings ebenfalls bereits gesättigt, was sich in einer langsamer wachsenden Zuwachsrates widerspiegelt. Die Hauptakteure in diesem Bereich sind: Lianhua, Wellcome, ParknShop, China Resources Vanguard und Suguo (Bargie et al., 2013).

### *Offene Märkte/Straßenmärkte*

Offene Märkte und Straßenmärkte dominierten über lange Zeit den Lebensmitteleinzelhandel. Aufgrund der zunehmenden Besorgnis der Konsumenten rund um Hygienestandards und Lebensmittelsicherheit kaufen die städtischen Konsumenten tierische Produkte zunehmend in den Super- und Hypermärkten. Die städtischen Regierungseinheiten versuchen den Problemen der Lebensmittelsicherheit entgegenzuwirken, indem sie teilweise Straßenmärkte schließen oder modernisieren. Bei der Modernisierung dieser Straßenmärkte steht die Einrichtung von Kühlungseinrichtungen im Vordergrund. Trotz dieser versuchten Zurückdrängung der traditionellen Straßenmärkte und der Besorgnis städtischer Konsumenten um Hygienestandards und Lebensmittelsicherheit spielen diese nach wie vor eine wichtige Rolle für den Absatz von Schweinefleisch (Rabobank International, 2012; Schneider/Sharma, 2014).

### *Verzehrgewohnheiten*

Auch wenn der Konsum, vor allem von Rind- und Hähnchenfleisch, zunehmend steigt, dominiert Schweinefleisch nach wie vor den chinesischen Fleischmarkt. Grundsätzlich präferieren viele chinesische Konsumenten den Geschmack des Schweinefleisches aus der kleinbäuerlichen Produktion. Das Schweinefleisch aus diesem Produktionssystem unterscheidet sich vom Geschmack des Schweinefleisches aus industrieller Produktion. Die Gründe hierfür liegen zum einen in den eingesetzten, unterschiedlichen Rassen und zum anderen in der unterschiedlichen Futtermittelzusammensetzung beider Produktionssysteme. In traditionellen Systemen der Schweineproduktion werden traditionelle Rassen eingesetzt. Zu traditionellen Schweinerassen zählen beispielsweise das Meishan-Schwein sowie das schwarze Wulian-Schwein. In der traditionellen Schweineproduktion wird kaum oder gar nicht mit Kraftfutter gefüttert. Diese beiden Komponenten wirken sich auf Konsistenz, Fettgehalt und Geschmack des Schweinefleisches aus. Da aber die zunehmend definierten Marktstandards für Schweinefleisch von eher magerem Schweinefleisch der industriellen Produktion erfüllt werden können, wird den kleinbäuerlichen Produzenten der Eintritt in bestimmte Märkte erschwert (Huang et al., 2012).

Besondere Anlässe für den Verzehr von Schweinefleisch sind in China zum einen das Neujahrsfest, das Ende Januar bzw. Anfang Februar gefeiert wird, sowie das Mondfest im September und der Nationalfeiertag am 1. Oktober.

#### **Key Facts:**

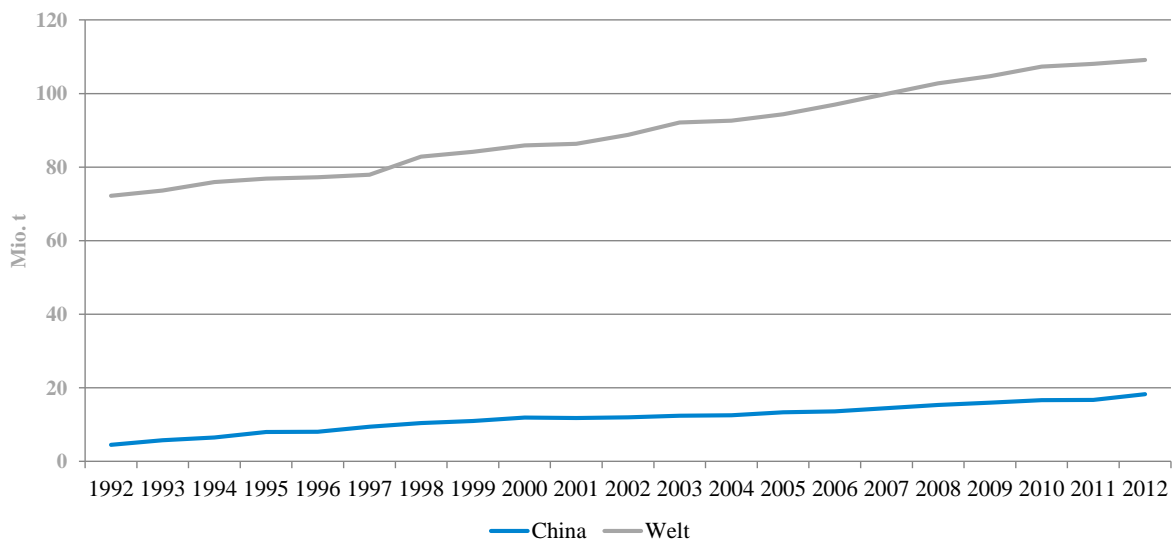
- Der chinesische Schweinefleischmarkt ist der größte Markt der Welt und hat einen Anteil von 50 % am weltweiten Produktionsvolumen sowie die höchsten globalen Schweinefleischpreise.
- Die Produktionsmenge umfasst das doppelte Produktionsvolumen der Europäischen Union und das 5,5-Fache der amerikanischen Produktion.
- Die Schweinefleischproduktion hat sich in den Jahren 2002 bis 2012 verdoppelt. Mittlerweile sind die Industrialisierung und die Intensivierung der landwirtschaftlichen Fleischproduktion auf einem höheren Niveau als US-amerikanische Produktionssysteme.
- Die Intensivierung und Industrialisierung zwingt kleinbäuerliche Betriebe zur Aufgabe, sodass der Markt von industriellen Großbetrieben dominiert wird.

- Die Schweinefleischpreise in China gelten als volatil. Eine Preissteigerung von 300 % sowie ein Preissturz von 50 % innerhalb von 18 Monaten sind möglich.
- Der Konsum von Schweinefleisch unterliegt saisonalen Schwankungen. Dies liegt darin begründet, dass Verbraucher besorgt um die Lebensmittelsicherheit sind.
- Aus der Betriebsform der landwirtschaftlichen Produktion ergeben sich die Absatzwege. Schweinefleisch aus Kleinbetrieben wird über Straßenmärkte vertrieben. Hingegen wird Schweinefleisch aus industriellen Großbetrieben über den Großhandel vertrieben.

## **4.2 Geflügelfleischwirtschaft in China**

Wie die Schweinefleischproduktion ist der Bereich der Geflügelfleischproduktion stark durch eine staatlich beeinflusste Konsolidierung geprägt. Angesichts der Lebensmittelskandale bei Geflügelprodukten sowie Epidemien wie der Vogelgrippe wurden staatliche Rahmenbedingungen gesetzt, die eine höchstmögliche Lebensmittelsicherheit durch Intensivierung und Industrialisierung der Tierproduktion ermöglichen sollen. Eine maßgebende Rolle spielen auch hierbei „Drachenkopf“-Unternehmen. Großstrukturierte Geflügelbetriebe sollen im Rahmen horizontaler und vertikaler Integration die Einführung von einheitlichen Produktions- und Handlungsstandards für Futtermittel, Impfmaßnahmen, Zuchtprogramme, Schlachtung und Verarbeitung ermöglichen, um ein hohes Maß an Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten. Die staatlichen Handlungsinstrumente werden jedoch nicht nur im Rahmen des Produktionsprozesses angesetzt, sondern erstrecken sich auch auf den Bereich der Vermarktung. Dies betrifft vor allem die Regulierung von Straßenmärkten (Pi et al., 2014), über die derzeit noch mehr als drei Viertel des Handels mit Geflügelfleisch abgewickelt wird (Bargie et al., 2013). Neben der Lebensmittelsicherheit wird auch die sehr hohe Futtermittelverwertungsrate bei Geflügel als Handlungsmotiv für die politische Stärkung der Ausweitung der Geflügelproduktion durch industrielle Produktionsstrukturen gesehen. Die Versorgung mit Futtermitteln gilt in der chinesischen Tierproduktion als ein treibender Faktor für Preisentwicklungen auf dem Fleischmarkt (Sharma, 2014; Gale 2012).

**Abbildung 17: Geflügelfleischproduktion in China**



Quelle: Eigene Darstellung nach FAOSTAT (2014)

Im Bereich der Geflügelfleischproduktion hat China sein Produktionsvolumen von 1992 bis 2012 vervierfacht. Mit 18,2 Mio. t erreichte China einen Anteil von nahezu 20 % an der weltweiten Geflügelfleischproduktion und avancierte neben den USA und Brasilien zu einem der größten Produzenten der Welt (vgl. Abbildung 17).

#### **4.2.1 Landwirtschaftliche Produktion von Geflügelfleisch**

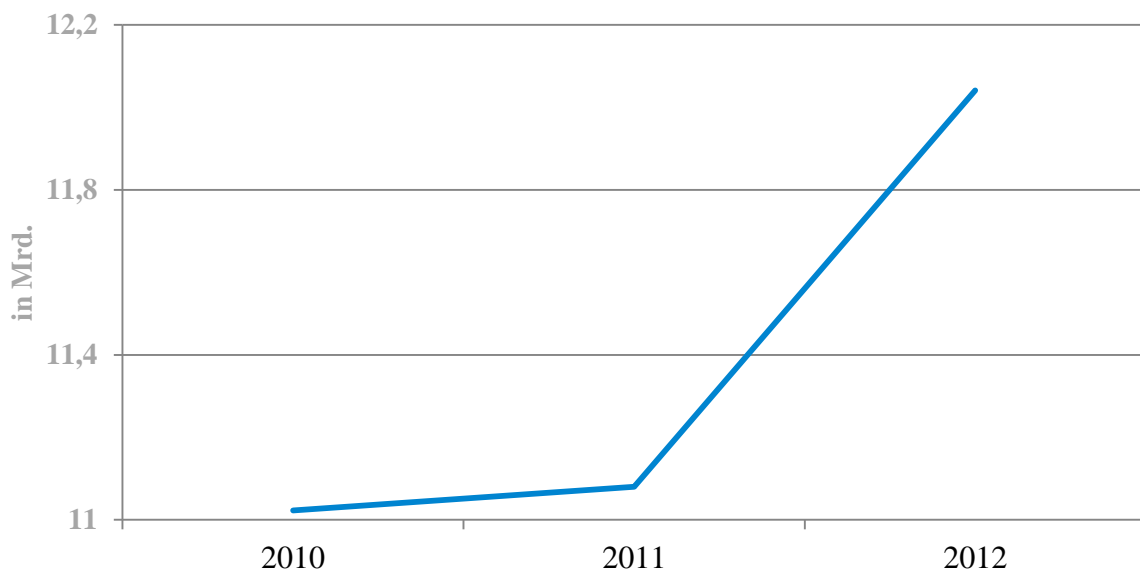
Die Geflügelfleischproduktion ist innerhalb der tierischen Produktion Chinas der am weitesten industrialisierte und damit konsolidierte Bereich. Diese Tatsache schlägt sich sowohl in der Größe des nationalen Geflügelbestandes als auch in der Struktur und Entwicklung der Anzahl der Mastbetriebe nieder.

##### *Tierbestände*

Angaben zur Größe des Tierbestandes im Bereich Geflügel sind nur für den Zeitraum 2010 bis 2012 verfügbar. Demnach ergibt sich für das Jahr 2012 eine Größe des nationalen Geflügelbestandes von über 12 Mrd. Tieren. Im Vergleich zum Vorjahr (vgl. Abbildung 18) stieg der Bestand um gut eine halbe Mrd. Tiere an. Nach den Daten von FAOSTAT (2014) zu den Schlachttierbeständen von Geflügel lag im Jahr 2012 die Bestandsgröße für Hähnchen bei 9 Mrd. Tieren, für Enten bei gut 2 Mrd. Tieren und bei Gänsen bei einer Mrd. Tiere. Demnach

hat die Masthähnchenproduktion einen Anteil von ca. 75 % an der Geflügelproduktion (FAOSTAT, 2014).

**Abbildung 18: Anzahl des Schlachtgeflügels**



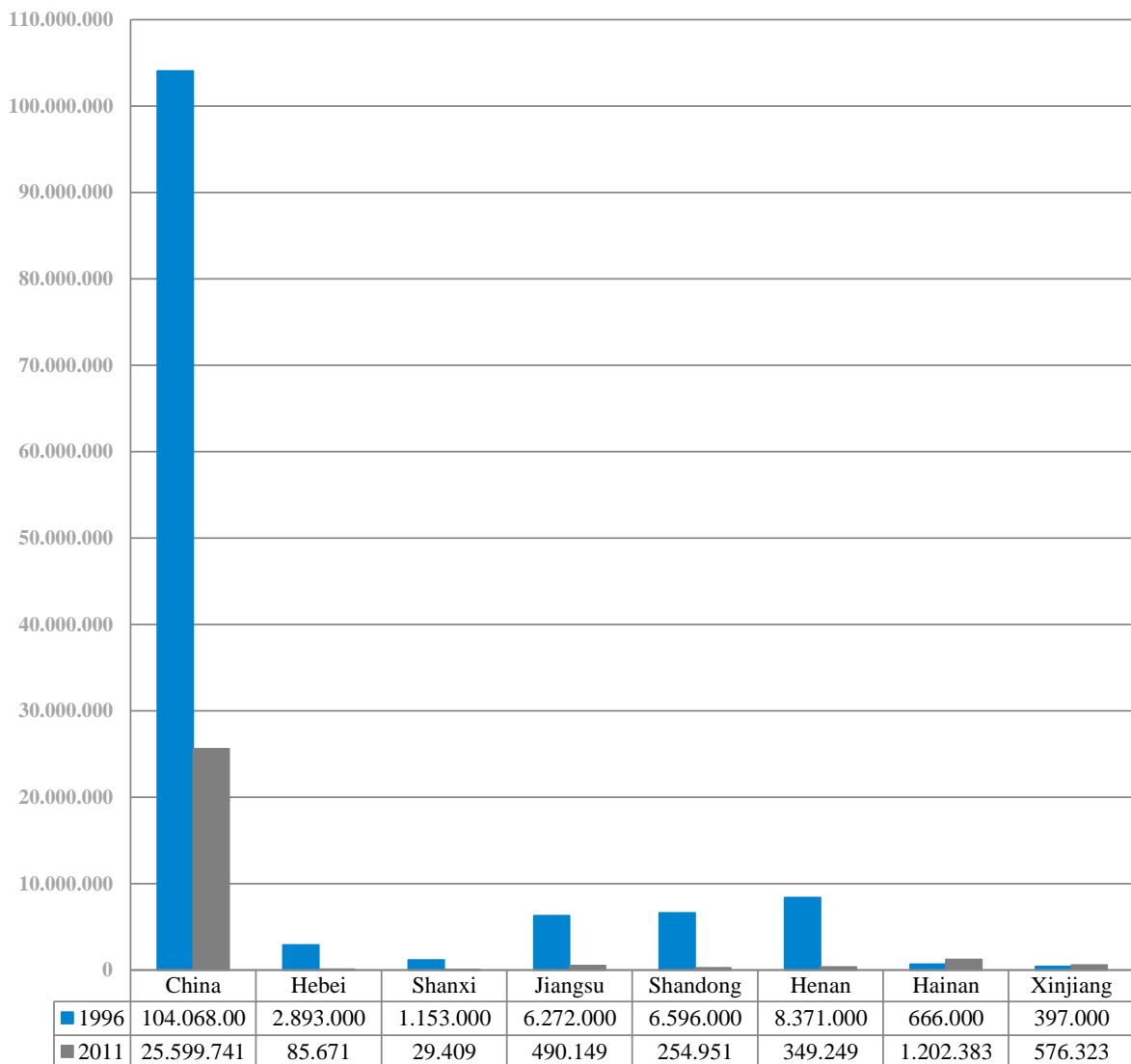
Quelle: Eigene Darstellung nach FAOSTAT (2014)

### *Struktur*

Im Geflügelsektor, dem Sektor mit dem höchsten Grad an vertikaler Integration und Industrialisierung, steht eine Vielzahl an „Drachenkopf“-Unternehmen in einem starken Wettbewerb zueinander (Pi et al., 2014). Nichtsdestotrotz ist die industrielle Produktion noch nicht so weit vorangeschritten wie in den USA, Thailand oder Brasilien (Rabobank International, 2013). Dabei liegt der heutigen Situation eine Entwicklung in drei Phasen zugrunde: Zunächst verlief die Etablierung der Geflügelproduktion von 1961 bis 1978 in einer Phase des „langsamen Wachstums“ eher schleppend. Erst nach staatlichen Anreizen begann sich in einer zweiten Phase der Sektor der Geflügelproduktion wesentlich zu entwickeln. In dieser Phase von „Standardisierung und Wachstum“, die von 1979 bis 1996 anhielt, wurde der Grundstein für die heutigen Produktionskapazitäten gelegt (Pi et al., 2014). Auf die zweite Phase folgte die „Restrukturierung und Intensivierung“, im Rahmen derer ein drastischer Rückgang der Betriebe stattfand. Dies spiegelt sich in Abbildung 19 wider.



Abbildung 19: Entwicklung der Anzahl der Masthähnchenbetriebe



Quelle: Pi et al. (2014)

Trotz zunehmender Produktionsmengen sank die Zahl der Produktionsstätten für Masthähnchen in China von 1996 bis 2011 auf weniger als ein Viertel. Während sich dabei in einem Teil der Hauptregionen der Produktion – vor allem in Jiangsu, Shandong, Henan und Hebei – diese gesamtchinesische Entwicklung drastisch auswirkte, verzeichneten Hainan und Xinjiang einen gegenläufigen Trend. So sank in Jiangsu die Anzahl der Betriebe auf ein Zwölftel, in 2011 war in Shangdong die Anzahl der Betriebe 26-mal und in Henan 24-mal kleiner als im Jahr 1996. In Hainan verdoppelte sich hingegen die Anzahl der Betriebe. Hainan ist aufgrund dieser Entwicklung mit ca. 1,2 Mio. Betrieben zur Region mit den meisten Masthähnchenbetrieben avanciert. Allgemein gilt auch für die Masthähnchenproduktion der Zeit-

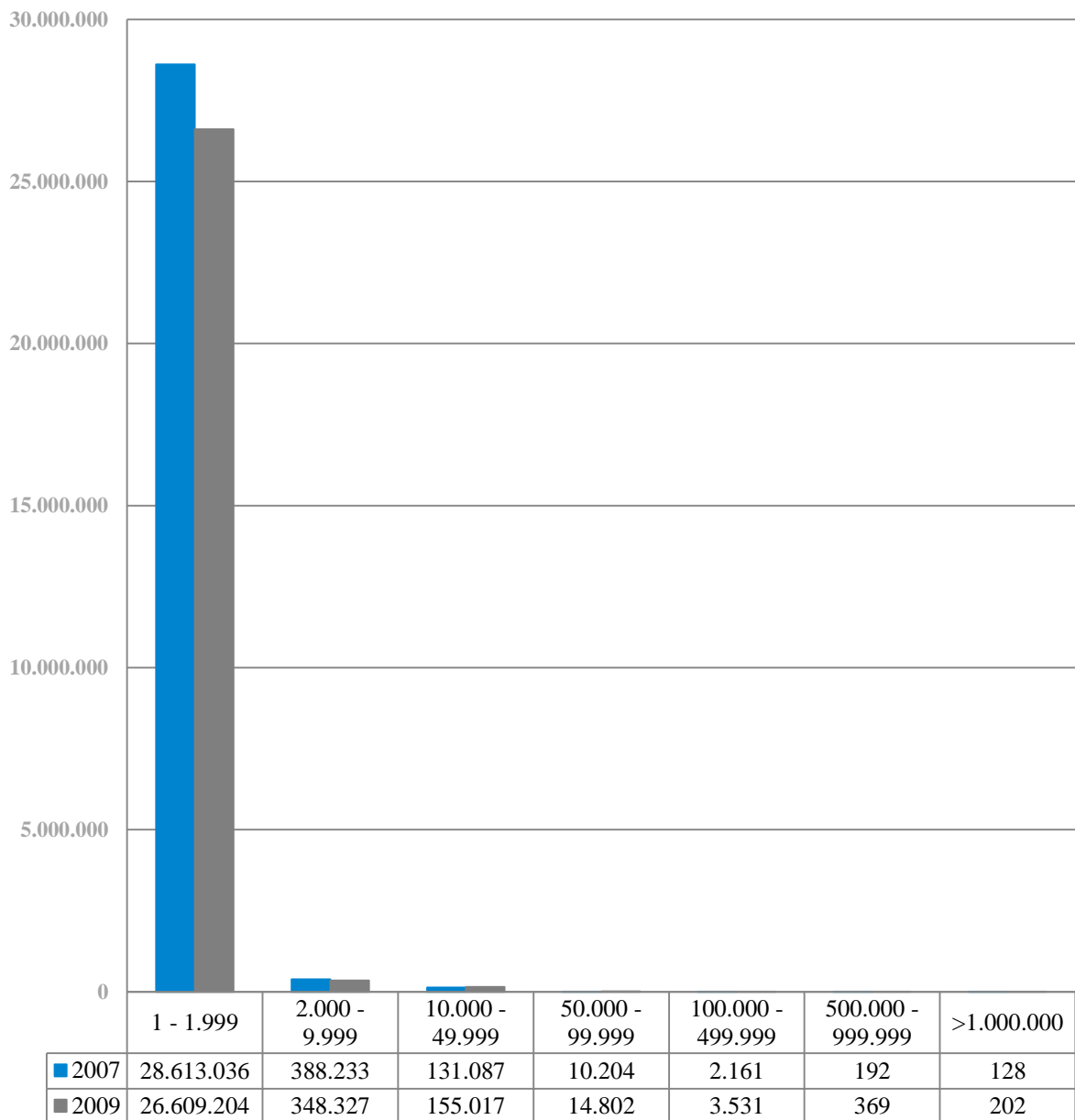
raum zwischen 1996 und 2011 als derjenige, in dem sich der Konsolidierungsprozess am rasantesten auswirkte und dabei vor allem die Regionen von Nord-Ost und Nord-Zentral China betraf (Pi et al., 2014).

### *Betriebsgrößen*

Ähnlich wie in der Schweineproduktion stellte die Geflügelproduktion für kleinbäuerliche Betriebe lange Zeit eine Art von Nebentätigkeit zum Pflanzen- und Ackerbau dar. Bis in die 1980er Jahre waren mit Ausnahme weniger großer Staatsbetriebe keine Großbetriebe in die Geflügelproduktion involviert. Der starke Rückgang der Anzahl der Betriebe und der gleichzeitige Anstieg der produzierten Menge an Geflügelfleisch verdeutlichen den Strukturwandel, der in den letzten Jahren vonstattengegangen ist. Insgesamt haben im Zeitraum von 1985 bis 2009 geschätzt 70 Mio. Kleinproduzenten die Geflügelproduktion aufgegeben (Pi et al., 2014).

Abbildung 20 veranschaulicht die Entwicklung der Anzahl der Hähnchenmastbetriebe verschiedener Größenkategorien. So konnte der Erhalt bzw. die Steigerung der Produktionsmengen nur über die Ausweitung der Betriebsgrößen erreicht werden. Allein in dem Zweijahreszeitraum 2007 bis 2009 schlugen sich die Entwicklungen eindeutig nieder: Kleinere Betriebe mit Bestandsgrößen bis zu 10.000 Tieren stellten die Produktion ein, während Betriebe mit Bestandsgrößen von 10.000 Tieren aufwärts und industriell produzierende Betriebe mit Bestandsgrößen von bis zu über 1 Mio. Tiere zunahmen. So wurden im Jahr 2009 ca. 70 % der chinesischen Masthähnchen von intensiven Masttieranlagen produziert, obwohl sie nur einen Anteil von ca. 2 % an der absoluten Anzahl der Betriebe ausmachten.

**Abbildung 20: Entwicklung der Masthähnchenbetriebe verschiedener Größenkategorien**



Quelle: Eigene Darstellung nach Pi et al. (2014)

In der industriellen Masthähnchenproduktion werden dabei in erster Linie weiß gefiederte Masthähnchen der Rassen Aviagen, Ross und Cobb eingesetzt, die 59 % des nationalen Masthähnchenbestandes ausmachen. Im Süden Chinas werden ca. 40 % der gesamten Masthähnchen produziert. In dieser Region haben insbesondere die gelb gefiederten, traditionellen Rassen noch einen hohen Anteil (Rabobank International, 2013). Bei der Produktion und Mast von Wasservögeln (z. B. Enten, Gänse) dominieren die semi-intensive und die industrielle

Haltungsform. Unternehmen der industriellen Haltungsform verfügen über Produktionskapazitäten für Tierbestände von 5 Mio. bis zu 10 Mio. Tieren (Pi et al., 2014).

Die Geflügelproduktion konzentriert sich nach Angaben von Pi et al. (2014) räumlich insbesondere auf Zentral- und Ost-China. Dabei ist eine erhöhte Dichte der Produktionsstätten in der Nähe von Ballungszentren zu verzeichnen. Im Norden Chinas werden ca. 52 % des chinesischen Geflügels produziert. In dieser Gegend sind vor allem Shangdong und Hebei die Hauptregionen der Produktion. Die Hauptregionen der Produktion im Süden Chinas sind Jiangsu und Guangdong. Die Produktionskosten sind hier aufgrund der höheren Preise für Futtermittel höher (Rabobank International, 2013).

#### *Besitzverhältnisse*

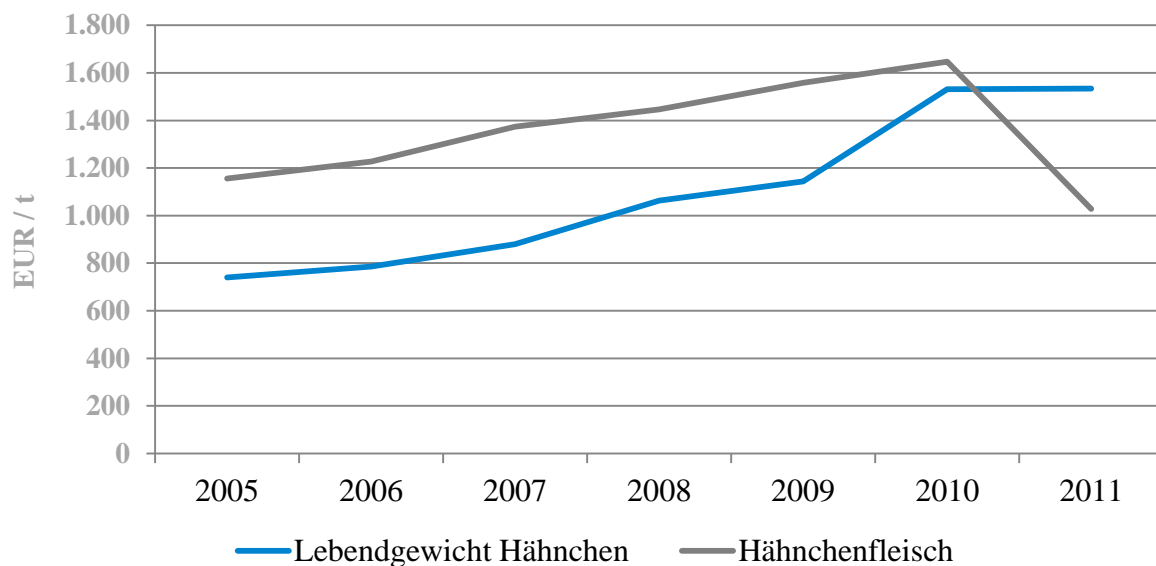
Auch wenn keine konkreten Daten bezüglich der Besitzverhältnisse der Geflügelerzeugungs- und Produktionsbetriebe vorliegen, legen die vorstehenden Ausführungen die Annahme nahe, dass der Bereich der Geflügelproduktion von „Drachenkopf“-Unternehmen dominiert wird. Die Hauptakteure sind laut der Rabobank International (2013): Fujian Sunner, CP und Shangdong Nine-Alliance. Diese Unternehmen sind entlang der Wertschöpfungskette der Geflügelfleischproduktion vollständig vertikal integriert (Rabobank International, 2013).

Aber auch ausländische Unternehmen etablieren sich zunehmend in der chinesischen Geflügelproduktion. So hat unter anderem das US-amerikanische Unternehmen Tyson im Jahr 2001 mit der Geflügelproduktion in China begonnen. Anders als sonst lässt Tyson in China sein Geflügel nicht im Rahmen der Vertragsproduktion mästen, sondern hat eigene Mastbetriebe aufgebaut. Derzeit verfügt Tyson mit der Jingsu Tyson Foods Co., Ltd. und Tyson Shandong über Geflügel-Produktionskapazitäten für 150 Mio. Tiere pro Jahr. Dabei plant Tyson die Anzahl seiner Betriebsstätten von momentan 20 auf 90 und sein Produktionsvolumen auf 3 Mio. Tiere pro Woche im Jahr 2015 auszubauen. Cargill hat im September 2013 sein erstes Joint-Venture über ein Projekt der Geflügelproduktion mit einer jährlichen Produktionskapazität für 65 Mio. Masthähnchen und 176.000 t Geflügelprodukten abgeschlossen. Beide Unternehmen sind vollständig vertikal ausgerichtet. Ein weiteres Joint-Venture ist Fujian Ousheng Nonmu Fazhan Co., Ltd.. Fujian produziert bis zu 600 Mio. Tiere im Jahr und gehört zu den drei Direktzulieferern von McDonalds (Pi et al., 2014).

### Preisentwicklungen im Geflügelsektor

In den folgenden Abbildungen sind die Entwicklungen der Erzeugerpreise von Hähnchen, Enten und Gänsen im Zeitraum von 2005 bis 2011 dargestellt. Von 2005 bis 2010 stieg der Erzeugerpreis für Hähnchenfleisch sowie der für lebende Hähnchen stetig an, von 1.156 EUR/t in 2005 auf 1.647 EUR/t in 2010 bzw. von 740 EUR/t auf 1.532 EUR/t (vgl. Abbildung 21). Bis 2010 haben sich die Erzeugerpreise stark angenähert. Bis 2011 blieb der Preis für lebende Hühnchen auf gleichem Niveau, während der für Hähnchenfleisch deutlich abfiel.

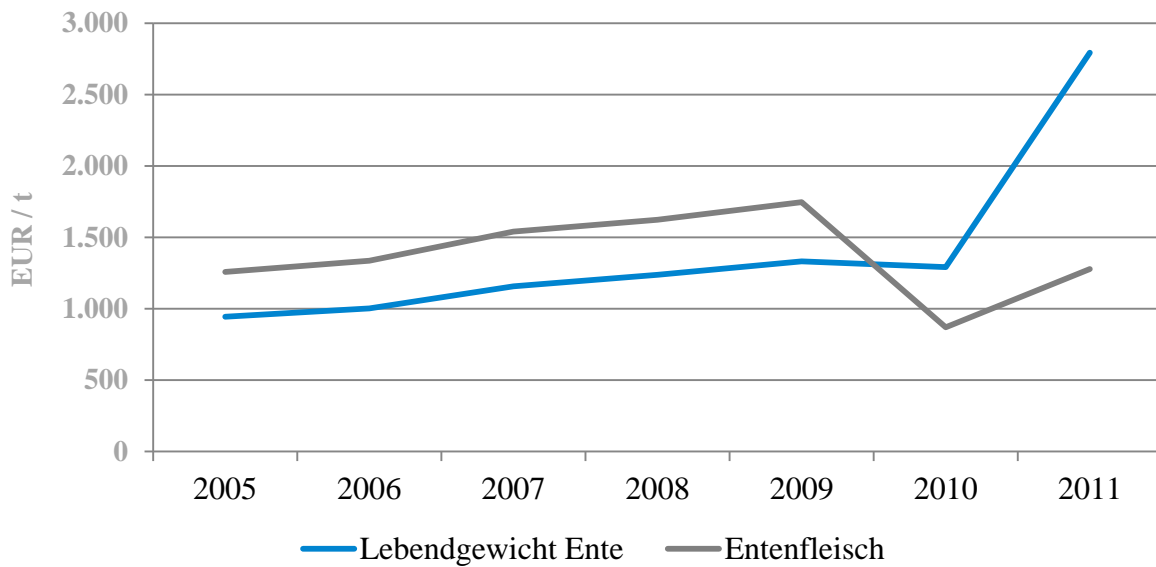
Abbildung 21: Entwicklung der Erzeugerpreise von Hähnchen



Quelle: Eigene Darstellung

Eine ähnliche Entwicklung ist bei den Erzeugerpreisen für Enten zu beobachten (vgl. Abbildung 22). Der Erzeugerpreis für Entenfleisch stieg bis 2009 stetig an, von 1.259 EUR/t in 2005 auf 1.745 EUR/t in 2009. Im Jahr 2010 fiel dieser Preis auf 869 EUR/t, erholte sich bis 2011 und stieg wieder an auf 1.279 EUR/t. Auch der Preis für lebende Enten stieg bis 2009 an, von 944 EUR/t in 2005 auf 1.333 EUR/t in 2009. Bis 2010 blieb dieser Erzeugerpreis konstant und verdoppelte sich bis 2011 auf 2.795 EUR/t.

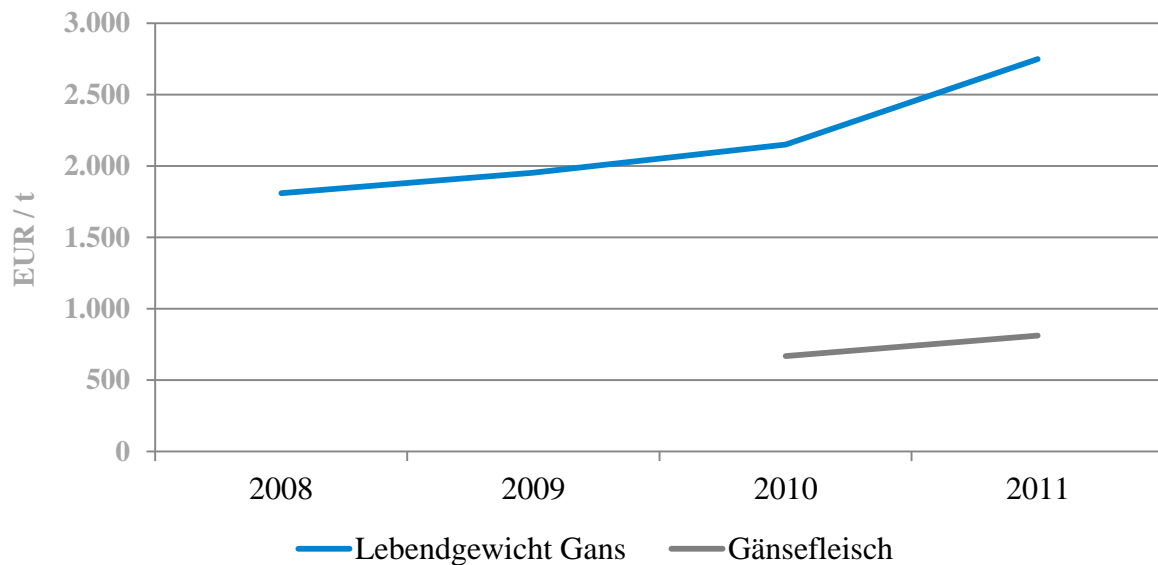
Abbildung 22: Entwicklung der Erzeugerpreise von Lebendenten und Entenfleisch



Quelle: Eigene Darstellung

Eine ähnliche Tendenz weisen die Erzeugerpreise für lebende Gänse auf (vgl. Abbildung 23). Diese sind ebenfalls von 2008 bis 2010 leicht angestiegen, von 1.810 EUR/t in 2008 auf 2.150 EUR/t in 2010. Bis 2011 erhöhte sich der Erzeugerpreis für lebende Gänse nahezu um ein Fünftel auf 2.749 EUR/t. Für Gänsefleisch waren die Daten ausschließlich für die Jahre 2010 und 2011 verfügbar. Die Erzeugerpreise liegen in diesen beiden Jahren deutlich unter den Preisen für lebende Gänse und zeigen einen leichten Erzeugerpreisanstieg, von 669 EUR/t in 2010 auf 812 EUR/t in 2011.

Abbildung 23: Entwicklung von Erzeugerpreisen von Lebendgänsen und Gänsefleisch



Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt sind die Erzeugerpreise für lebendes Geflügel im Zeitraum von 2005 bzw. 2008 bis 2011 deutlich angestiegen und liegen preislich jeweils über den Erzeugerpreisen für Geflügelfleisch. Dabei ist Gänsefleisch im Vergleich zu Hähnchen- oder Entenfleisch am günstigsten, wobei der Preis für lebende Gänse zusammen mit dem Erzeugerpreis für lebende Enten am höchsten und etwa doppelt so hoch ist wie der Erzeugerpreis für lebende Hähnchen.

#### 4.2.2 Gewinnung von Geflügelfleisch – Schlachtung/Zerlegung

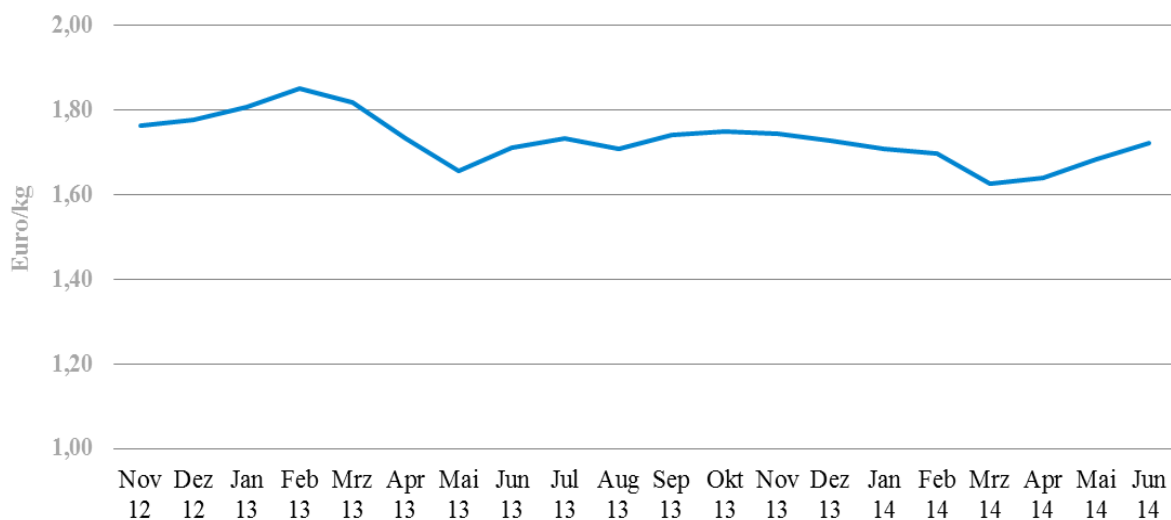
Die Produktionsstufe der Schlachtung und Zerlegung von Geflügel ist ähnlich aufgebaut wie im Schweinesektor. Die führenden Unternehmen der Schlachtung und Zerlegung sind „Drachenkopf“-Unternehmen. Eine Besonderheit gegenüber dem Bereich der Schlachtung und Zerlegung von Schweinefleisch ergibt sich bei Geflügelfleisch daraus, dass Geflügel von Kleinproduzenten oft lebend auf Straßenmärkten angeboten und erst beim Verkauf geschlachtet wird. Fehlende Kühlketten sind ein maßgeblicher Grund für dieses Vorgehen (Pi et al., 2014).

#### *Entwicklung der Groß- und Einzelhandelspreise für Geflügel*

Die Großhandelspreise für Hähnchenfleisch haben sich seit November 2012 auf einem vergleichsweise konstanten Niveau gehalten, im Bereich von 1,76 EUR/kg im November 2012

bis 1,72 EUR/kg im Juni 2014 (vgl. Abbildung 24), wobei es zwischenzeitlich kleinere Schwankungen gab, die sich jedoch fast ausschließlich im Bereich zwischen 1,60 EUR/kg und 1,80 EUR/kg befanden. Eine Ausnahme mit einem Preis von 1,85 EUR/kg gab es im Februar 2013, jedoch sank der Preis im nächsten Monat wieder.

**Abbildung 24: Entwicklung des Großhandelspreises für Hähnchenfleisch**

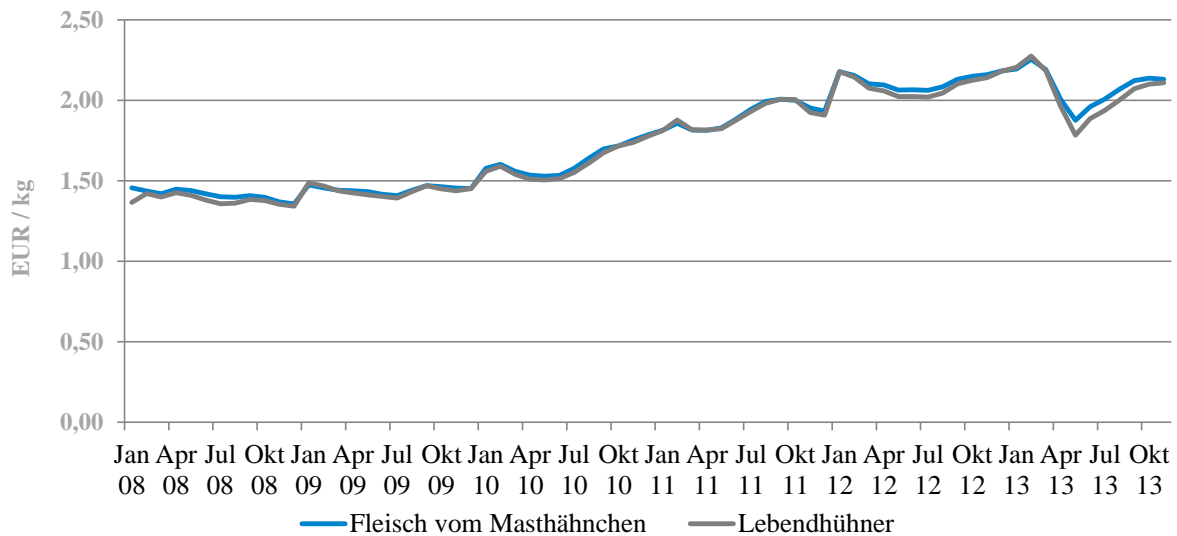


Quelle: Eigene Darstellung nach Beijing Green Agriculture (2014)

Die Einzelhandelspreise für Masthähnchen und Lebendhühner befinden sich auf einem ähnlichen Niveau und zeigen die gleichen Schwankungen im Zeitraum von Januar 2008 bis September 2013 (vgl. Abbildung 25). In diesem Zeitraum stiegen die Einzelhandelspreise von 1,37 EUR/kg im Januar 2008 auf 2,11 EUR/kg im November 2013 für Lebendhühner und von 1,46 EUR/kg im Januar 2008 auf 2,13 EUR/kg im November 2013 für Masthähnchenfleisch. Von Februar bis Juni 2013 ist ein stärkerer Preisrückgang im Einzelhandel zu verzeichnen, von 2,28 EUR/kg im Februar 2013 auf 1,89 EUR/kg im Juni 2013 für Lebendhühner und von 2,25 EUR/kg im Februar 2013 auf 1,96 EUR/kg im Juni 2013.



Abbildung 25: Entwicklung der Einzelhandelspreise für Hähnchen



Quelle: Eigene Darstellung

### 4.2.3 Fleischwarenherstellung – Verarbeitung von Geflügelfleisch

#### Besitzverhältnisse

Ausländische Akteure sind zu 20 % im Bereich der Geflügelfleischverarbeitung involviert. Dabei handelt es sich um zwei Beteiligungen im Rahmen von Joint-Venture-Abkommen. Eines dieser Joint-Venture-Abkommen betrifft das zehntgrößte Unternehmen für die Verarbeitung von Geflügelfleisch: Xinchang Foods. Dieses Joint-Venture-Abkommen wurde im Jahr 2009 ebenfalls von Tyson Foods abgeschlossen. Das zweite einschlägige Joint-Venture wurde vom sechstgrößten Verarbeitungsunternehmen initiiert: Beijing Dafa China. Beijing Dafa China hat ein entsprechendes Abkommen mit der thailändischen Unternehmensgruppe CP abgeschlossen und firmiert unter der Chai Thai Group (Pi et al., 2014).

### 4.2.4 Vermarktung von Geflügelfleisch

#### Struktur

Klare Strukturen haben sich auch bei der Vermarktung von Geflügelfleisch noch nicht entwickelt. Der Konsolidierungs- und Transformationsprozess in diesem Segment des Fleischmarktes dauert ebenfalls noch an (Bargie et al., 2013).

### Absatzwege

Bei Geflügelfleisch differieren die Absatzwege in Abhängigkeit des jeweiligen Produktionssystems. Im Rahmen des traditionellen Absatzes, der auf dem Verkauf auf Straßenmärkten beruht, spielen Mittelsmänner allerdings nicht so eine bedeutende Rolle wie beim Schweinefleisch, da es sich bei Straßenmärkten für Geflügelfleisch in der Regel um Lebendmärkte handelt. Tabelle 2 verdeutlicht die Bedeutung der Straßenmärkte für den Absatz von Geflügelfleisch. Während beim Schweinefleisch gut zwei Drittel über Straßenmärkte abgesetzt werden, finden sogar drei Viertel des Geflügelfleisches auf diese Weise ihren Weg zum Verbraucher. Nach der von Bargie et al. (2013) veröffentlichten Prognose wird der Anteil der Straßenmärkte am Absatz bis zum Jahr 2020 um 32 Prozentpunkte deutlich zurückgehen. Gleichzeitig wird der Anteil des Absatzes von Geflügelfleisch über den organisierten Großhandel von 8 % auf 33 % ansteigen. Der HoReCa-Bereich sowie Schnell-Service-Restaurants werden ihren Anteil am Absatz von Geflügelfleisch leicht ausbauen (Bargie et al., 2013).

**Tabelle 2: Absatzwege für Geflügelfleisch in China**

	2010	2020
Straßenmärkte	77%	45%
Organisierter Großhandel	8%	33%
Hotels/Restaurants/Catering (HoReCa)	12%	15%
Quick Service Restaurants	3%	7%

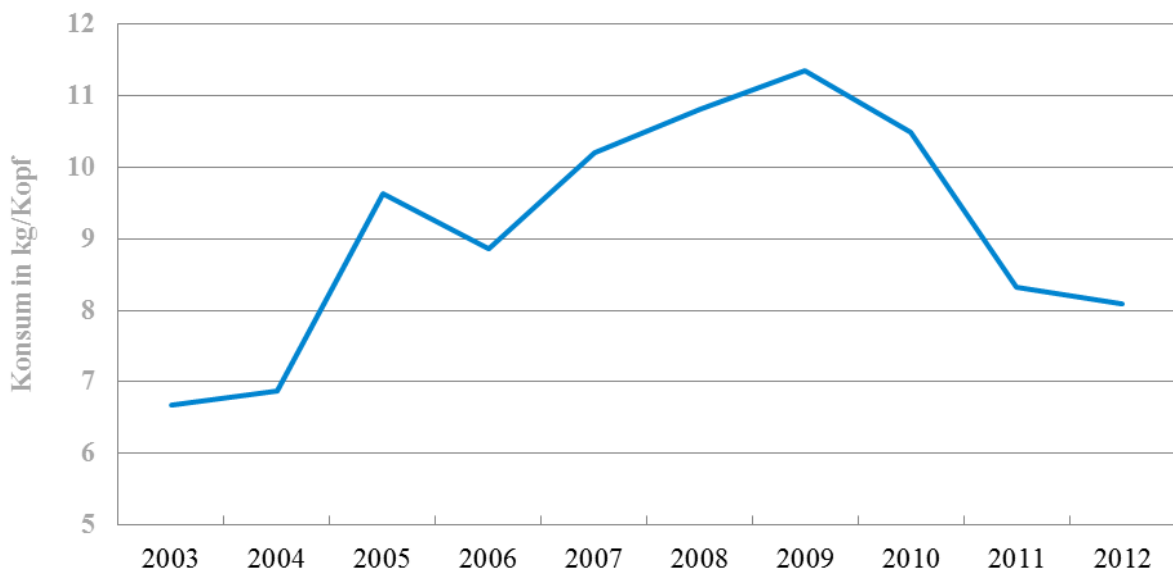
Quelle: Eigene Darstellung nach Bargie et al. (2013)

### 4.2.5 Konsum von Geflügelfleisch

Nach wie vor ist in China der Pro-Kopf-Konsum von Geflügelfleisch wesentlich geringer als der Konsum von Schweinefleisch. Auch im Vergleich zu anderen asiatischen Ländern ist der Pro-Kopf-Konsum relativ gering. Allerdings wird Geflügelfleisch zunehmend von den jüngeren Generationen nachgefragt. In den letzten 15 Jahren ist der Konsum von Geflügelfleisch durchschnittlich um ca. 3,9 % pro Jahr gestiegen. Betrachtet man den Zeitraum von 2003 bis 2012, so fällt auf, dass trotz steigender Tendenz der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch von Geflügelfleisch vor allem von 2005 auf 2006 zurückging, bevor er von etwas weniger als 7 kg auf über 11 kg im Jahr 2009 anstieg. Auf diesen Anstieg folgte in den Jahren 2010 bis 2012 ein drastischer Rückgang des durchschnittlichen Jahres-Pro-Kopf-Verzehrs auf 8 kg

(vgl. Abbildung 26). Diese Entwicklung deutet die Korrelation von Geflügel- und Schweinefleisch an, die sich aus ihrem Substitutionsverhältnis ergibt. Sank der Pro-Kopf-Konsum von Geflügelfleisch in 2006 und 2009 mit dem Ausbruch der Vogelgrippe, legte er im Zeitraum dazwischen aufgrund des Ausbruchs der Blau-Ohren-Krankheit bei den Schweinen drastisch zu (Rabobank International, 2013).

**Abbildung 26: Entwicklung des Pro-Kopf-Verzehrs von Geflügelfleisch**



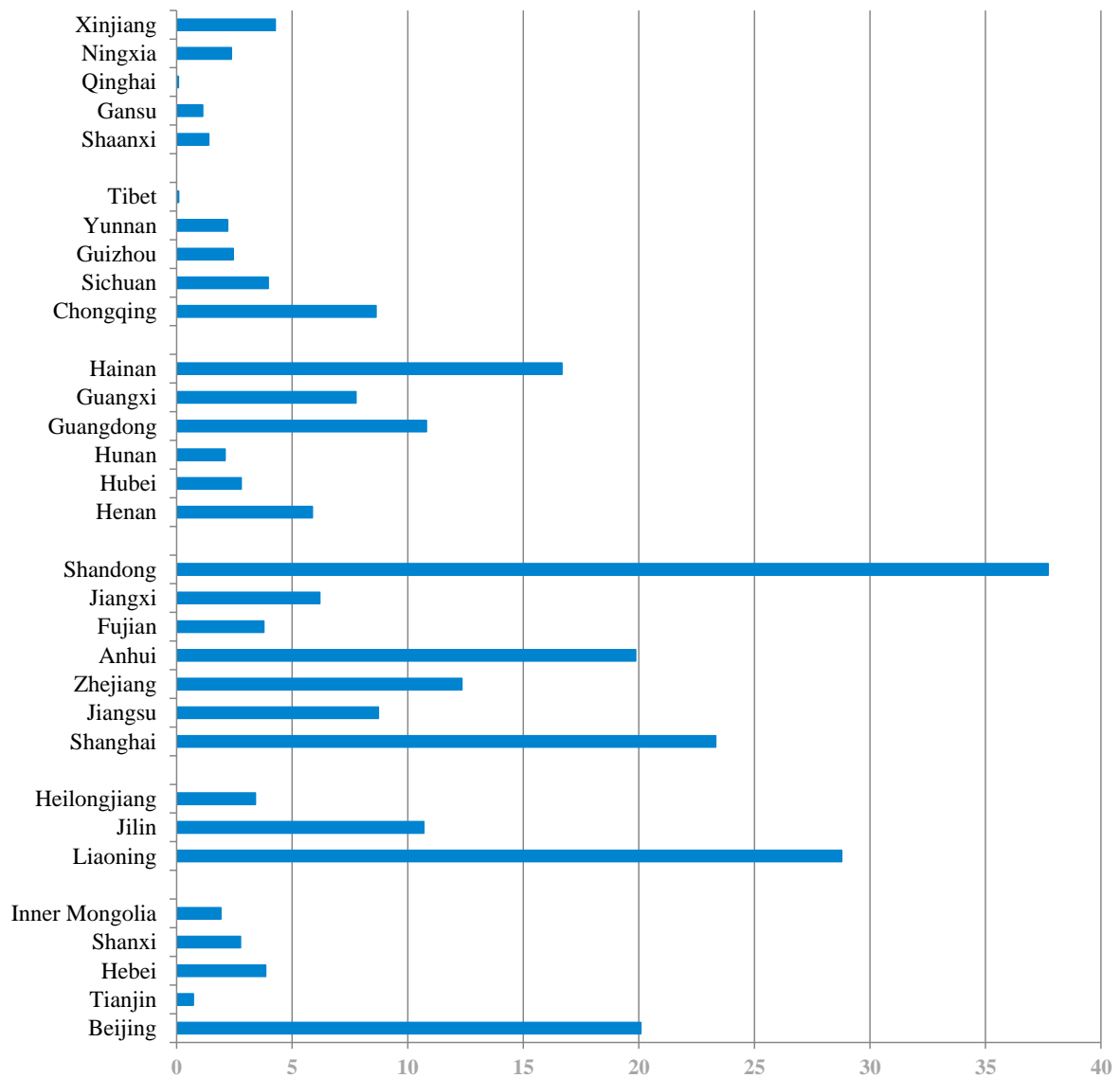
Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics of China (2014)

Dabei schrecken die Konsumenten nicht nur aufgrund von Tierseuchen vom Verbrauch von Geflügelfleisch zurück, sondern auch Lebensmittelskandale tragen zu ihrem kritischen Konsumverhalten bei. So wurde im Jahr 2013 im Einzelhandel Hähnchenfleisch des Unternehmens Kentucky Fried Chicken mit Rückständen von 18 verschiedenen Antibiotika und anderen Medikamenten gefunden. Dieser Fund der „Instant chicken“ führte zu einem starken Rückgang des Konsums von Geflügelfleisch (Pi et al., 2014).

Abbildung 27 zeigt deutlich, dass die pro Kopf konsumierte Menge zwischen den Regionen Chinas stark differiert. Wie beim Schweinefleisch kann dies auf unterschiedliche kulturell und religiös bedingte Präferenzen zurückgeführt werden. So wird im buddhistisch geprägten Tibet und der benachbarten Region Qinghai nahezu kein Geflügelfleisch konsumiert. Ganz anders verhält es sich hingegen in Regionen wie Shandong, Shanghai Liaoning, Anhui und Beijing. In Shandong betrug der Pro-Kopf-Verzehr von Geflügelfleisch im Jahr 2012 knapp 38 kg.

Shandong nimmt diesbezüglich die Spitzenposition ein, gefolgt von Liaoning (28 kg), Shanghai (23 kg) und Beijing und Anhui (jeweils knapp 20 kg).

**Abbildung 27: Regionaler Pro-Kopf-Verzehr von Geflügelfleisch**



Durchschnittlicher Jahres-Pro-Kopf-Verzehr in kg, Stand: 2012  
 Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics of China (2014)

*Einkaufsstätten*

Die Wahl der Einkaufsstätte wird auch für Geflügelfleisch zunehmend von der Frage nach der Lebensmittelsicherheit bestimmt und prägt so immer mehr das Gefüge des Lebensmitteleinzelhandels.

### *Lebensmitteleinzelhandel*

Über Supermärkte sind überwiegend gefrorenes und verarbeitetes Geflügelfleisch zu beziehen. Allerdings ist das Angebot gering. Für gefrorenes Geflügelfleisch ist das geringe Angebot auf eine geringe Nachfrage zurückzuführen. Da gefrorenes Geflügelfleisch schwieriger zuzubereiten ist, wird es weniger konsumiert (Rabobank International, 2013).

### *Straßenmärkte*

Geflügel wird zu einem sehr großen Teil von den Konsumenten auf Straßenmärkten erworben. Einen hohen Stellenwert haben dabei die Straßenmärkte im Süden Chinas. Auf den Straßenmärkten ist es üblich, das Geflügel lebend zu vermarkten und vor Ort zu schlachten (Rabobank International, 2013).

### *Verzehrgewohnheiten*

Grundsätzlich zeigt sich, dass gefrorenes Geflügelfleisch aufgrund der aufwendigeren Zubereitung weniger nachgefragt wird (Rabobank International, 2013). Im Hinblick auf die spezifischen Geflügelfleischsorten ergibt sich bei den Verbraucherpräferenzen folgendes Bild: Während im Norden überwiegend Fleisch von weißen Masthähnchen konsumiert wird, besteht im Süden eine starke Präferenz der Verbraucher für Fleisch von heimischen, gelb gefiederten Masthähnchen. Dabei wird aus dem Fleisch von gelb gefiederten Hähnchen oftmals Eintopf zubereitet. Dieses Fleisch entwickelt sich zunehmend zu einem Premiumprodukt (Rabobank International, 2013).

#### **Key Facts:**

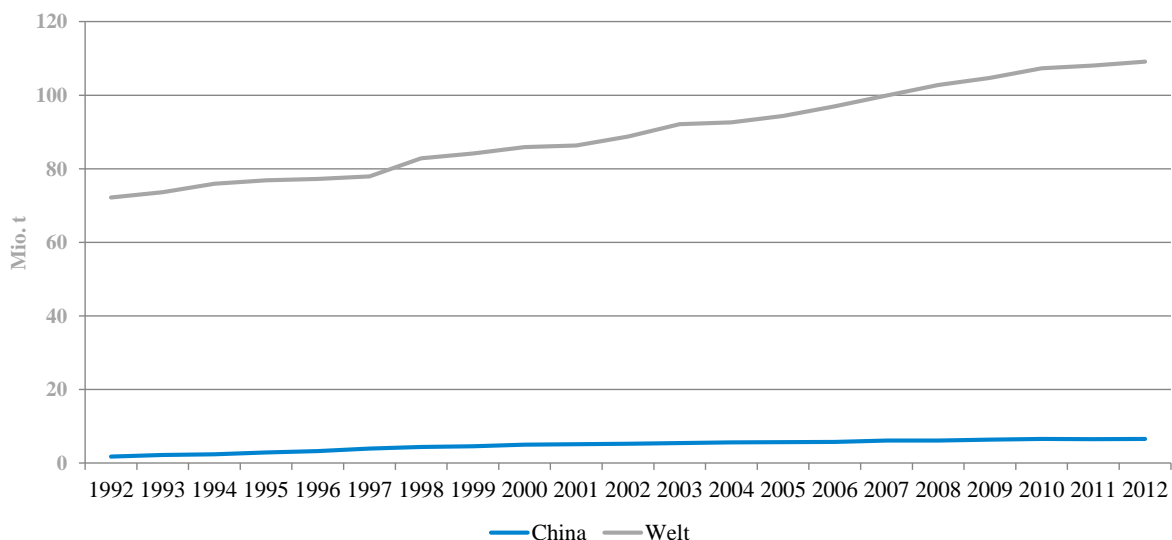
- Der Anteil Chinas an der weltweiten Geflügelfleischproduktion beträgt 20 %. Das chinesische Produktionsvolumen für Geflügelfleisch hat sich innerhalb der letzten 20 Jahre (von 1992 bis 2012) vervierfacht.
- Der Pro-Kopf-Verbrauch von Geflügelfleisch ist deutlich geringer als der von Schweinefleisch. Durch Lebensmittelskandale oder Tierseuchen kommt es zu Substitutionseffekten. Das bedeutet, dass wenn ein Skandal eine Tierart betrifft (z. B. Schweine), der Fleischkonsum durch eine andere Tierart (z. B. Geflügel) ersetzt wird.

- Durch Epidemien wie die Vogelgrippe wurden staatliche Rahmenbedingungen geschaffen, die durch Industrialisierung der Betriebe die höchstmögliche Lebensmittelsicherheit gewährleisten sollen.
- Der Konsolidierungsprozess in der Geflügelfleischproduktion gilt als stark fortgeschritten. So erzeugen 2 % der Betriebe 70 % des Geflügelfleisches in China.
- Mangels einer kontinuierlichen Kühlkette sowie aufgrund eines mangelhaften Straßensystems wird Geflügelfleisch von Kleinbetrieben auf regionalen Straßenmärkten lebend verkauft.

### 4.3 Rindfleischproduktion in China

Bis zum Jahr 2012 erreichte die chinesische Rindfleischproduktion ein Volumen von knapp 6,6 Mio. t und damit nahezu 10 % der im selben Jahr weltweit produzierten 66,9 Mio. t. Im Zeitraum von 1992 bis 2012 konnte China seine Rindfleischproduktion um 26,5 % steigern und folgte damit ungefähr der weltweiten Produktion (vgl. Abbildung 28). Auch wenn die chinesische Rindfleischproduktion in diesem Zeitraum um etwas mehr als ein Viertel anstieg, blieb sie dennoch weit hinter den Produktionsmengen von Schweinefleisch (2012: 49 Mio. t) und Geflügelfleisch (2012: 18 Mio. t) zurück.

**Abbildung 28: Rindfleischproduktion in China und weltweit**



Quelle: Eigene Darstellung nach FAOSTAT (2014)

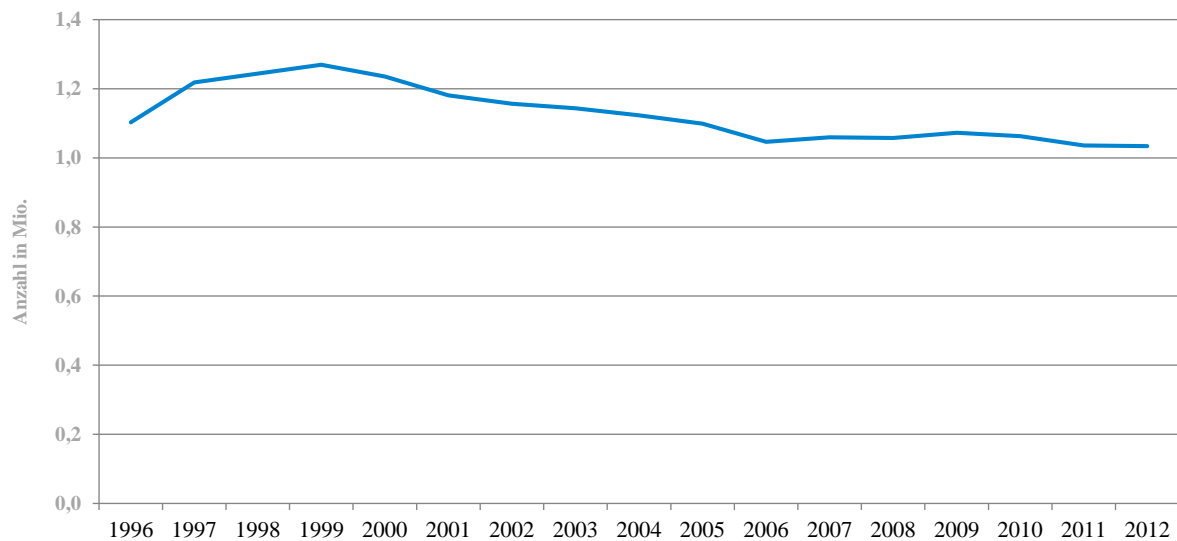
Die Intensivierung der Rindfleischproduktion steht noch bevor. Eingeleitet wird sie derzeit durch staatliche Investitionen. So stellte die Zentralregierung Anfang 2014 rund 1 Mio. EUR für ein Projekt zum Ausbau der modernen Rinderproduktion in Yunnan zur Verfügung. Auch auf regionaler Ebene sind staatliche Unterstützungsmaßnahmen zu beobachten. So werden in Chongqing Kleinproduzenten mit rund 2,5 Mio. EUR bei der Umstellung auf industrielle Produktionsstrukturen unterstützt. Eine weitere vermutlich vorübergehende, aber wesentliche Entwicklung ist, dass zurzeit auch kleinbäuerliche Milchproduzenten auf den Markt für Rindfleisch drängen. Vor dem Hintergrund erhöhter Standards für die Milchproduktion geben jedoch auch viele kleinbäuerliche Milchproduzenten die Milchproduktion auf, da für sie die Einführung der neuen Standards zu kostenintensiv ist. Die momentane Preissituation auf dem Markt für Rindfleisch veranlasst sie zur Schlachtung ihrer Milchkühe und zum Verkauf des Fleisches (Scott/Jianping, 2014).

#### **4.3.1 Landwirtschaftliche Produktion von Rindfleisch**

##### *Tierbestände*

Dass die Intensivierung und Industrialisierung der Rindfleischproduktion noch nicht eingesetzt hat, lässt sich auch anhand der Entwicklung des nationalen Bestandes von Fleischrindern in China erkennen. Anders als bei Schweinen und Geflügel ist die Größe des nationalen Bestandes an Fleischrindern seit 1999 rückläufig. So sank die Zahl der in China gehaltenen Fleischrinder von 120 Mio. in 1999 auf 100 Mio. in 2012 (vgl. Abbildung 29).

Abbildung 29: Entwicklung der Anzahl der Fleischrinder

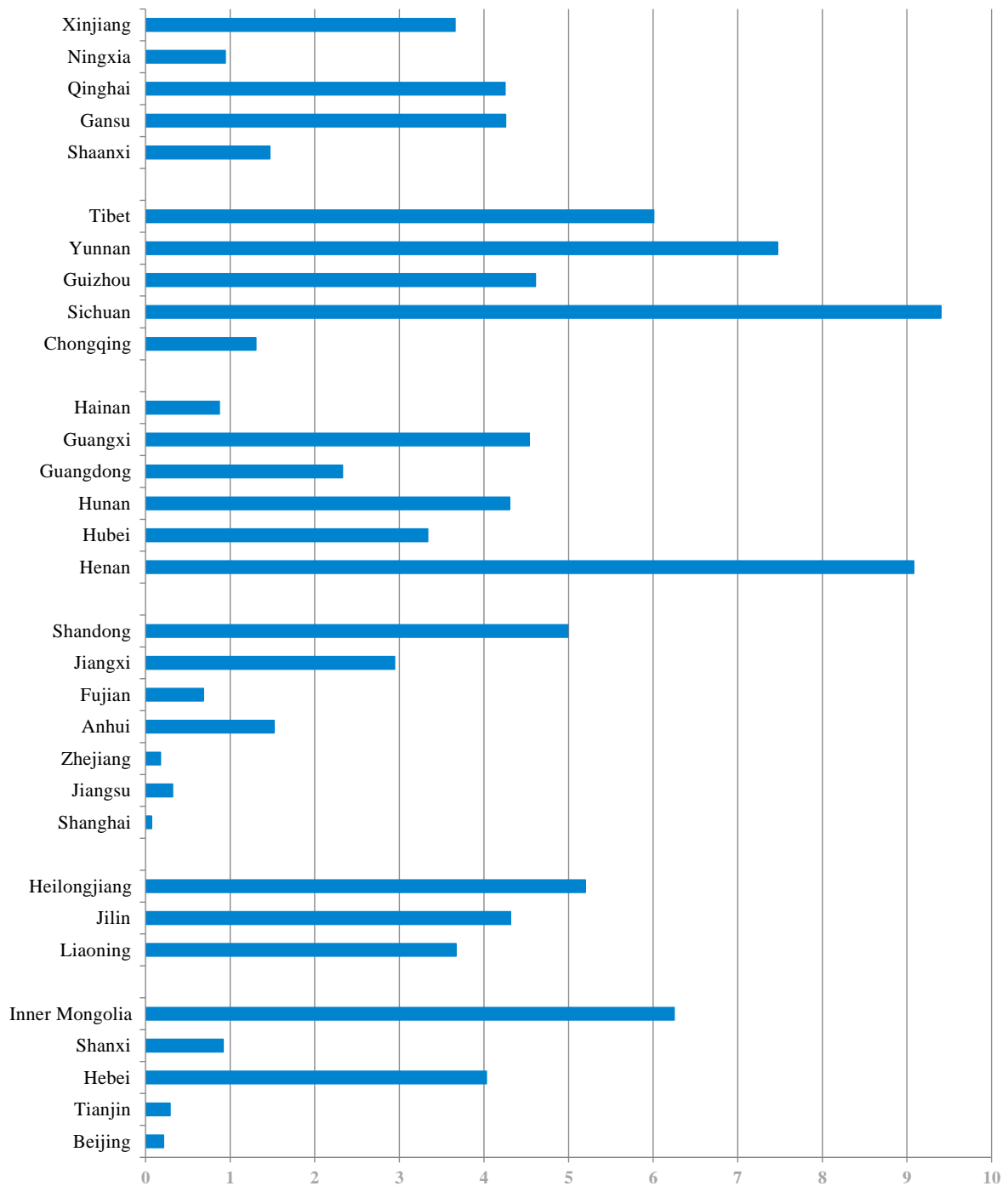


Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics of China (2014)

Bei den in China gehaltenen Rassen handelt es sich überwiegend um Kreuzungen ausländischer und heimischer Rassen. Dominiert werden diese Rassen vom Luxi-Rind, vom Qinchuan-Rind, vom Nanyang-Rind und vom Yanbian-Rind (Ming-Li, 2013). Die Hauptregionen der Rinderproduktion sind nach den jeweiligen Tierbeständen im Jahr 2012 Sichuan und Henan mit jeweils mehr als 9 Mio. Tieren, gefolgt von Yunnan mit ca. 7,5 Mio. Tieren sowie von Tibet und der Mongolei mit Beständen von ca. 6 Mio. Tieren (vgl. Abbildung 30). In den letzten zehn Jahren konnte eine leichte Verschiebung der Rindfleischproduktion von Zentral- und Süd-West-China in Richtung Nord-Ost- und Nord-West-China beobachtet werden. Die Tendenz der Verschiebung der Rindfleischproduktion in den Norden ist eine Verlagerung hin zu den Regionen des Getreide- und Futtermittelanbaus. Damit bestätigt sich abermals die Bedeutung der Verfügbarkeit von Futtermitteln zu konkurrenzfähigen Preisen bzw. der große Einfluss, den die Futtermittelpreise auf die relativ volatilen Fleischmärkte ausüben (Ming-Li, 2013).



**Abbildung 30: Anzahl der Fleischrinder in den einzelnen Regionen Chinas**



in 10.000 Kopf, Stand: 2012

Quelle: National Bureau of Statistics of China (2014)

### *Struktur*

Wie einleitend dargelegt, befindet sich der Aufbau einer intensiven und industriellen Rinderproduktion gerade in den Anfängen. Nach dem momentanen Stand variieren die Haltungs-

formen zwischen kleinbäuerlicher Hinterhofhaltung, größer strukturierter Weidehaltung und intensiver Stallhaltung. Eine hoch technologisierte, industrielle Rinderhaltung mit Standards bezüglich Futtermitteln, Züchtung und Haltung hat sich bis dato noch nicht entwickelt (Ming-Li, 2013).

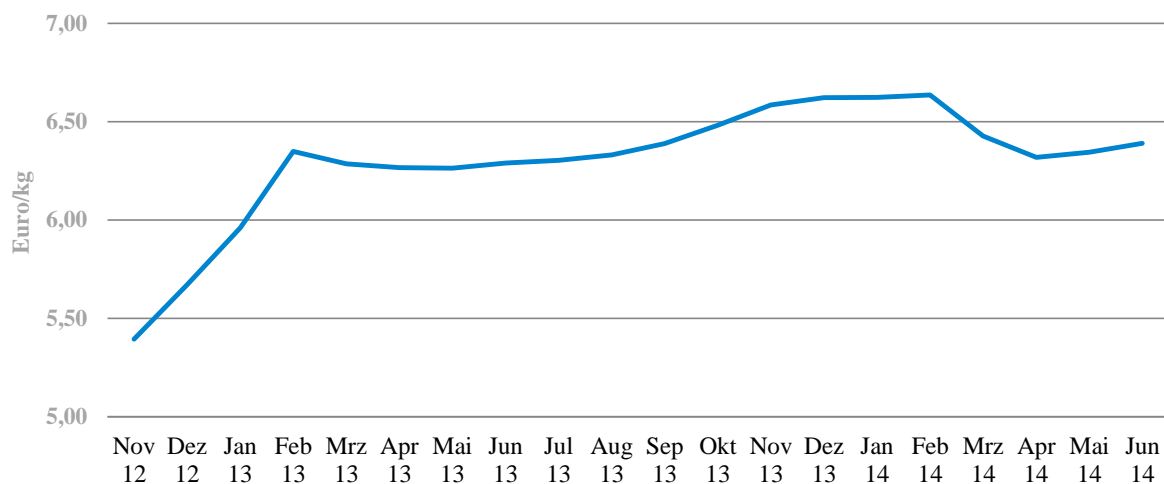
### 4.3.2 Gewinnung von Rindfleisch – Schlachtung/Zerlegung

Spezifische Daten zur Gewinnung von Rindfleisch bzw. zur Schlachtung und Zerlegung sind nicht verfügbar. Der Umstand, dass kleinbäuerliche Produzenten derzeit das Fleisch ihres geschlachteten Milchviehs auf den Rindfleischmarkt bringen, kann jedoch ein Indiz für einen nicht unerheblichen Anteil an Hausschlachtungen sein.

#### *Entwicklung der Groß- und Einzelhandelspreise für Rindfleisch*

Die Großhandelspreise für Rindfleisch haben sich im Zeitraum von November 2012 bis Juni 2014 um 1,00 EUR/kg erhöht (vgl. Abbildung 31). Dabei ist ein starker Anstieg des Großhandelspreises für Rindfleisch im Zeitraum von November 2012 bis Februar 2013 von 5,39 EUR/kg auf 6,35 EUR/kg zu beobachten. Bis Februar 2014 stieg dieser Preis kontinuierlich weiter an, auf den Höchstpreis im Zeitraum von November 2012 bis Juni 2014 von 6,64 EUR/kg, und sank anschließend wieder.

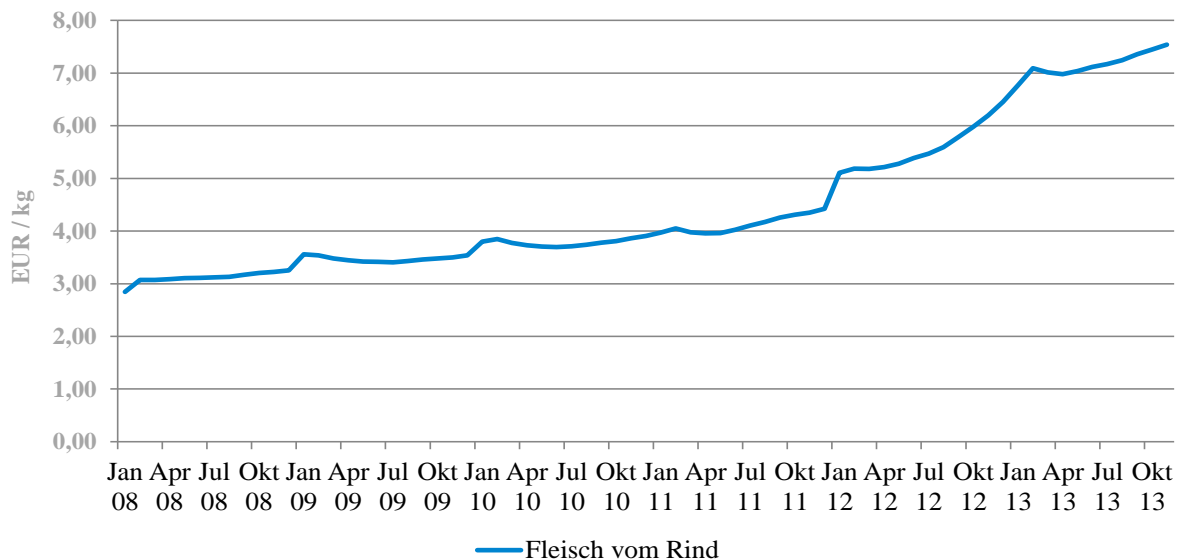
**Abbildung 31: Entwicklung des Großhandelspreises für Rindfleisch**



Quelle: Eigene Darstellung von Beijing Green Agriculture (2014)

Im Einzelhandel haben sich die Preise für Rindfleisch im Zeitraum von Januar 2008 bis September 2013 mehr als verdoppelt, von 2,85 EUR/kg im Januar 2008 auf 7,54 EUR/kg im September 2013 (vgl. Abbildung 32). Dabei zeigt die Abbildung, dass die Einzelhandelspreise kleineren Schwankungen unterliegen. Der starke Anstieg des Großhandelspreises für Rindfleisch im Zeitraum November 2012 bis Februar 2013 kann auch bei den Einzelhandelspreisen beobachtet werden, die parallel zu den Großhandelspreisen in dem Zeitraum anstiegen, von 6,20 EUR/kg im November 2012 auf 7,09 EUR/kg im Februar 2013.

**Abbildung 32: Entwicklung des Einzelhandelspreises für Rindfleisch**



Quelle: Eigene Darstellung

### 4.3.3 Fleischwarenherstellung – Verarbeitung von Rindfleisch

Wie bereits angedeutet, ist der Markt für Rindfleisch bereits auf der Stufe der Tierproduktion sehr unterschiedlich ausgeprägt bzw. sind bisher keine allgemeingültigen Strukturen zu erkennen. Dieses Fehlen solcher allgemeingültigen Strukturen bereits auf der Erzeugerstufe schlägt sich in einem Mangel an Daten zur Verarbeitung von Rindfleisch nieder. Die Tatsache, dass derzeit viele kleinbäuerliche Milchproduzenten ihr Milchvieh schlachten und das Fleisch auf den Markt bringen, legt jedoch die Vermutung nahe, dass eine qualitativ hochwertige Verarbeitung von Rindfleisch momentan keine besondere Rolle spielt.

#### 4.3.4 Vermarktung von Rindfleisch

Daten und belastbare Angaben zur Vermarktung von Rindfleisch sind nur bedingt verfügbar. Auch in diesem Zusammenhang zeigt sich die noch geringe Bedeutung von Rindfleisch für den chinesischen Fleischmarkt. Es bestehen nur wenige Publikationen zum chinesischen Markt für Rindfleisch.

##### *Bedeutung der Absatzwege*

Die Daten von Bargie et al. (2013) zeigen abermals, welche Bedeutung den Straßenmärkten für den Absatz von Fleisch in China zukommt. Demnach werden 76 % des Rindfleisches über Straßenmärkte abgesetzt. Der Anteil des organisierten Großhandels ist mit 2 % noch geringer als bei den bereits zumindest im Ansatz organisierten Absatzwegen für Schweine- und Geflügelfleisch. Beim Vergleich der Anteile der verschiedenen Absatzwege fällt jedoch beim Rindfleisch der bereits hohe Anteil des HoReCa-Bereichs auf. Während sich beim Schweine- und Geflügelfleisch der Anteil dieses Bereichs um 15 % bzw. 12 % bewegt, liegt er für Rindfleisch bereits bei 20 %. Auch wird der HoReCa-Bereich seinen Anteil für Rindfleisch an den verschiedenen Absatzwegen nach den vorliegenden Schätzungen mit fünf Prozentpunkten bis 2020 stärker ausbauen als beim Schweinefleisch mit drei Prozentpunkten und beim Geflügelfleisch mit vier Prozentpunkten (vgl. Tabelle 3).

**Tabelle 3: Absatzwege für Rindfleisch in China**

	2010	2020
Straßenmärkte	76%	31%
Organisierter Großhandel	2%	40%
Hotels/Restaurants/Catering (HoReCa)	20%	25%
Quick Service Restaurants	2%	4%

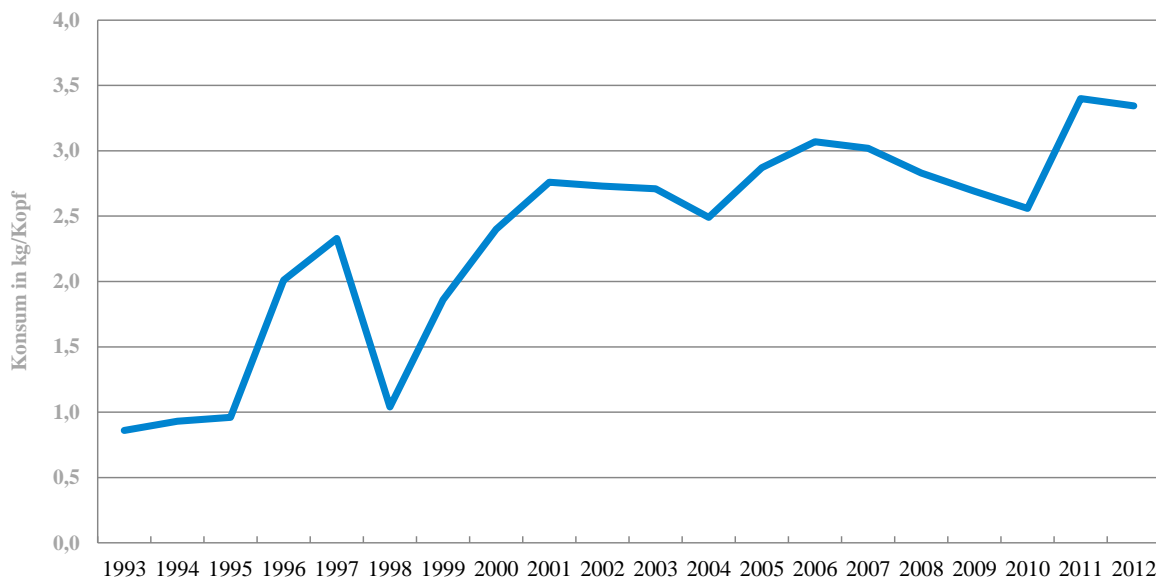
Quelle: Eigene Darstellung nach Bargie et al. (2013)

#### 4.3.5 Konsum von Rindfleisch

Seit 1993 ist der durchschnittliche Jahresverzehr von Rindfleisch pro Kopf von 0,8 kg um das 5,5-Fache auf 3,2 kg im Jahr 2012 gestiegen (vgl. Abbildung 33). Verglichen mit dem durchschnittlichen Pro-Kopf-Jahreskonsum an Schweinefleisch nimmt der Konsum von Rindfleisch bisher nur eine untergeordnete Rolle bei den Verzehrsgewohnheiten der Konsumenten ein.

Dies ist darauf zurückzuführen, dass Rindfleisch sowie Rindfleischgerichte in der chinesischen Tradition nicht verankert sind. Dennoch zeigt sich in den Entwicklungen der letzten Jahre ein gesteigerter Konsum „roten Fleisches“. Diesem sprechen die Chinesen eine höhere Wertigkeit zu.

**Abbildung 33: Entwicklung des Pro-Kopf-Verzehrs von Rindfleisch**

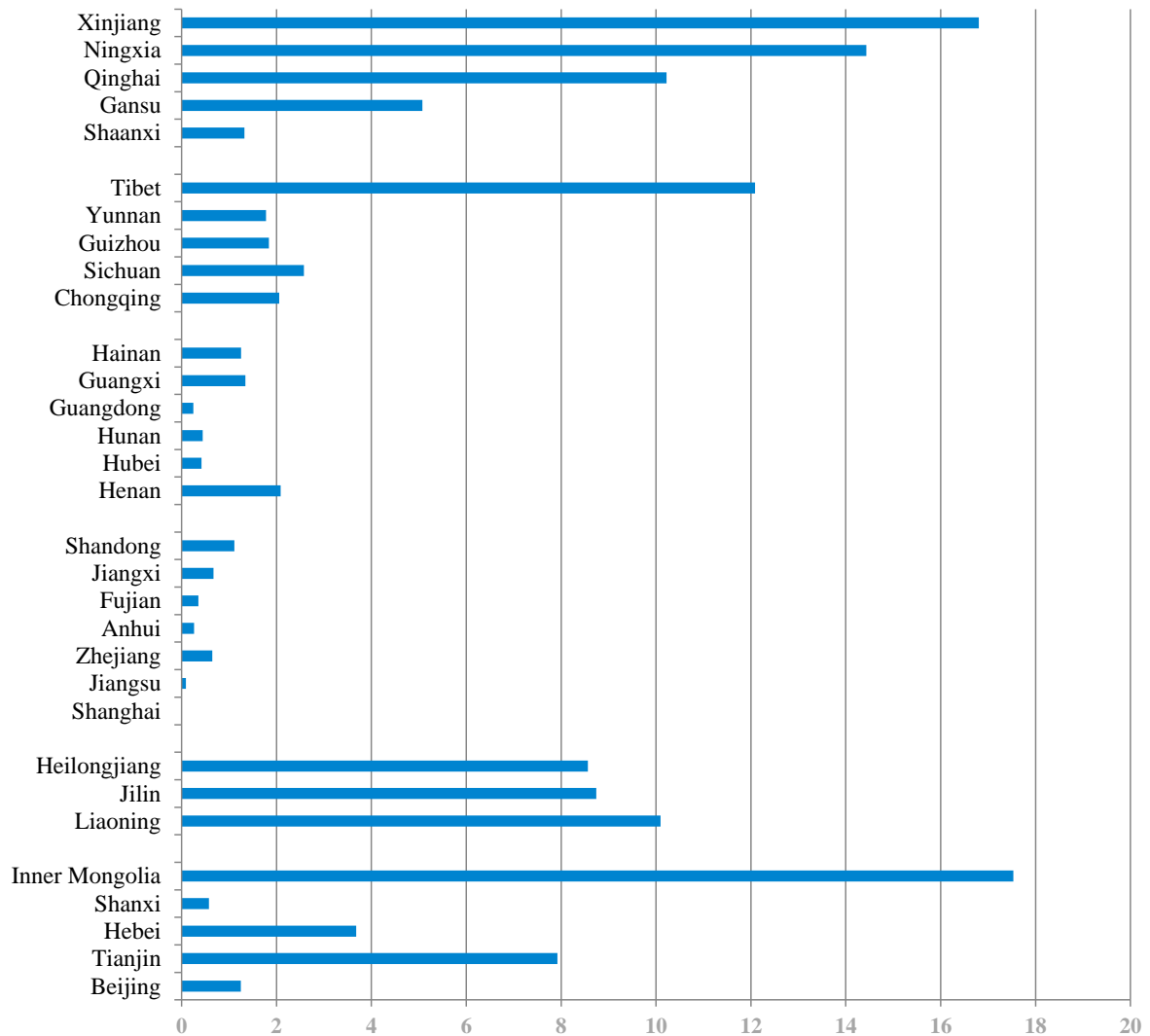


Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics of China (2014)

Ein Stadt-Land-Vergleich zeigt, dass insbesondere die städtische Bevölkerung für den gesteigerten Konsum von Rindfleisch verantwortlich ist. Anders als die Verzehrsgewohnheiten in den urbanen Regionen ist der durchschnittliche Pro-Kopf-Verzehr von Rindfleisch in ländlichen Regionen wesentlich geringer und weist auch ein vergleichsweise geringeres Wachstum auf. So betrug der jährliche Pro-Kopf-Verzehr in den Städten im Jahr 2011 durchschnittlich 2,77 kg, während er in den ländlichen Regionen mit 0,98 kg weniger als die Hälfte umfasste (Ming-Li, 2013).

Im Hinblick auf die regionale Ausprägung des durchschnittlichen Jahreskonsums an Rindfleisch pro Kopf ergeben die Daten für das Jahr 2012 in Analogie zu den regionalen Bestandsgrößen ein ganz anderes Bild als die entsprechenden Daten zu Schweine- und Geflügelfleisch. So stechen insbesondere die innere Mongolei und Xinjiang mit einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Verzehr an Rindfleisch von über 17 kg, Ningxia mit einem Rindfleischverzehr von 16 kg pro Kopf und Tibet mit einem Pro-Kopf-Verzehr von 15 kg hervor.

**Abbildung 34: Regionaler Pro-Kopf-Verzehr von Rindfleisch**



Durchschnittlicher Jahres-Pro-Kopf-Verzehr in kg, Stand: 2012

Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics of China (2014)

**Key Facts:**

- Die landwirtschaftliche Produktion von Rindfleisch wurde innerhalb der letzten 20 Jahre (von 1992 bis 2012) um 26,5 % gesteigert. Der Pro-Kopf-Verbrauch ist in diesem Zeitraum ebenfalls um das 5,5-Fache gestiegen.
- Die Intensivierung der landwirtschaftlichen Rindfleischproduktion steht noch bevor. Allerdings beträgt der Anteil gegenwärtig bereits 10 % des weltweiten Produktionsvolumens von Rindfleisch.

- Der Markt für Rindfleisch spielt nur eine untergeordnete Rolle. Grund dafür ist die fehlende kulturelle Verwurzelung von Rindfleisch in der chinesischen Küche. Allerdings wird in den Metropolen vermehrt Rindfleisch konsumiert, da dieses als Statussymbol gilt.

## **5 Gesetzliche Regelungen zum Fleischimport**

Der chinesische Markt wird immer weiter für importierte Waren aus dem Ausland geöffnet. Die Entwicklung von einer bisher exportgetriebenen hin zu einer nachhaltigen und innovationsorientierten Wirtschaft sowie die Förderung des Inlandkonsums eröffnet nicht nur deutschen Exporteuren große Chancen (Auswärtiges Amt, o. J.). Dennoch bleiben die Importe nach China reguliert und Kenntnisse hinsichtlich erforderlicher Zertifikate, Prozesse und Richtlinien sind notwendig. Zusätzlich erfordert der Handel mit China Geduld und administrative Anstrengungen (EU SME Centre, 2012). Dieses Kapitel gibt einen Überblick über den chinesischen Außenhandel mit Fleisch und Fleischerzeugnissen sowie über die Rahmenbedingungen und Abläufe von Fleischimporten nach China für deutsche Exporteure.

Der Fokus dieses Kapitels liegt auf Waren, die unter die Kapitel 02 und 16 des Warenverzeichnisses für die Außenhandelsstatistik fallen. Die Kapitel und die einzelnen Warennummern nach dem Harmonisierten System (HS) sind in den Anhängen 1-7 zu finden. Weiterhin ist anzumerken, dass die von China gemeldeten Importe deutschen Schweinefleischs sich nicht mit den von dem deutschen Statistischen Bundesamt gemeldeten Exporten von Schweinefleisch nach China decken. Gründe hierfür können unterschiedliche Erfassungsweisen beim Zoll und bei den nationalen Statistikämtern sein. Aufgrund der Vergleichbarkeit der Daten mit anderen Studien wurden hier die internationalen Statistiken verwendet.

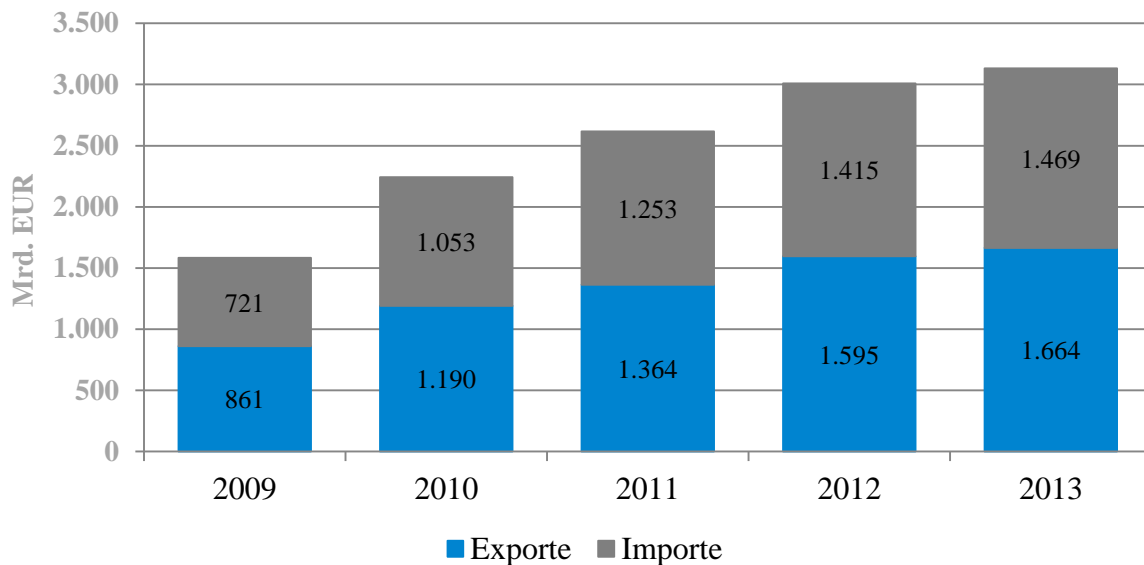
### **5.1 Außenhandel**

#### *Allgemein*

In den letzten Jahren hat sich das Reich der Mitte zu einer der weltweit wichtigsten Handelsnationen entwickelt. 2013 war China (ohne Hong Kong, Taiwan und Macao) mit insgesamt 1,7 Bio. EUR Exportweltmeister (vgl. Abbildung 35), gefolgt von den USA und Deutschland. Zugleich war China mit einem Gesamtwert von 1,5 Bio. EUR zweitgrößter Importeur der Welt (hinter den USA mit 1,8 Bio. EUR) (WTO, o. J.).



Abbildung 35: Entwicklung von Chinas Importen und Exporten



Quelle: Eigene Darstellung nach National Bureau of Statistics of China (2013)

Mit dem WTO-Beitritt Chinas im Jahr 2001 gingen Veränderungen und Entwicklungen der chinesischen Außenwirtschaft einher. Einerseits musste das Land erhebliche Anpassungen an die internationalen Standards vornehmen, andererseits profitierte es von der enormen Wachstumsdynamik, die der Beitritt auslöste. Unternehmen im Bereich importierter Lebensmittel konnten dadurch ihre Gewinne um bis zu 50 % steigern. Der Konsum und die Akzeptanz von importierten Lebensmitteln steigen in China kontinuierlich an. Die Nachfrage nach ausländischen Produkten wird durch die zunehmende Mobilität und Reisefreudigkeit der Chinesen forciert. Zudem studieren Chinesen verstärkt im Ausland und übernehmen von dort Geschmäcker und Ernährungsgewohnheiten. Vor diesem Hintergrund wird der Markt für importierte Lebensmittel stimuliert und führt auch dazu, dass sich chinesische Unternehmen verstärkt mit Trends und Innovationen aus dem Ausland auseinandersetzen (BMELV, 2013d).

Die EU ist Chinas größter Handelspartner, gefolgt von den USA. Im Jahr 2013 kamen 11,3 % der chinesischen Importe aus dem europäischen Ausland. Innerhalb Europas ist Deutschland mit Abstand wichtigster Handelspartner Chinas. Jedoch setzt China immer mehr auf den Handel mit ASEAN-Staaten, insbesondere um von den USA unabhängiger zu werden. Die ASEAN-Staaten hatten 2013 bereits einen Anteil von 10,7 % an den chinesischen Gesamtimporten. Chinas Exporte an ASEAN-Mitglieder lagen bei 11 % der Gesamtausfuhren (Auswärtiges Amt, o. J.). Aufgrund seiner Größe und seines wachsenden Binnenmarktes befindet sich

China in einer starken Verhandlungsposition. Die aktuellen Verhandlungen zum transpazifischen Freihandelsvertrag (TPP) und zur Handels- und Investitionspartnerschaft (TTIP) üben jedoch Druck auf China aus, da bei einem Zustandekommen dieser beiden Handelsabkommen die beiden größten Handelsmärkte ohne das Mitwirken Chinas entstünden (BMEL, 2014). Derzeit bestehen Freihandelsabkommen zwischen China und einigen ASEAN-Staaten, Hong Kong und Macao sowie Neuseeland, Chile, Costa Rica, Pakistan und Peru. Innerhalb Europas hat China lediglich mit Island und der Schweiz Freihandelsabkommen unterzeichnet. Verhandlungen werden mit den GCC-Staaten, Australien, Norwegen und Korea geführt (GTAI, 2013).

Anfang 2014 führte China mit 16 Ländern Osteuropas Verhandlungen zur Marktöffnung für Produkte des Agrar- und Ernährungssektors. Unter den 16 Ländern waren auch elf Mitgliedstaaten der EU. Dadurch könnte China seine Aktivitäten auf den Märkten der EU ausweiten und einen weiteren Beitrag zur Ernährungssicherung der eigenen Bevölkerung leisten. Demgegenüber ergibt sich für die EU bei einer Marktöffnung die Möglichkeit weiterer Verhandlungen zur Handelsbeziehung mit China, beispielsweise zur Zulassung des Handels mit Rindfleisch, den China im Zuge der BSE-Krise untersagt hat (BMEL, 2014).

### *Fleisch*

Trotz seines Status als Exportweltmeister zählt China zu den Nettoimporteuren von Fleisch. Die Fleischimporte nahmen in den vergangenen Jahren kontinuierlich zu und auch zukünftig dürfte sich die chinesische Handelsbilanz bei Fleisch und tierischen Erzeugnissen, mit Ausnahme von Geflügel, weiter in Richtung Import bewegen (BMELV, 2013a). Im Jahr 2013 importierte das Land Fleisch und genießbare Schlachterzeugnisse (HS 02) im Gesamtwert von 4,5 Mrd. EUR, während der Exportwert 0,7 Mrd. EUR betrug. Die Entwicklungen der letzten fünf Jahre zeigen, dass die Fleischimporte insgesamt sowohl mengen- als auch wertmäßig stetig zugenommen haben. Insbesondere die Einfuhren von Rindfleisch nach China stiegen seit 2011 von 20.164 t auf 294.223 t im Jahr 2013 enorm an. Aber auch die Importe von Schweinefleisch und Schlachtnebenerzeugnissen von Rindern, Schweinen u. a. stiegen kontinuierlich. Die Fleischexporte Chinas blieben hingegen vergleichsweise konstant (vgl. Tabelle 4 und Tabelle 5).

Entsprechend der Zielsetzung der Marktstudie werden im Folgenden die Produkte betrachtet, die unter folgende Kategorien des Harmonisierten Systems fallen:

- 0201 Fleisch von Rindern, frisch oder gekühlt
- 0202 Fleisch von Rindern, gefroren
- 0203 Fleisch von Schweinen, frisch, gekühlt oder gefroren
- 0206 Genießbare Schlachtnebenerzeugnisse von Rindern, Schweinen, Schafen, Ziegen, Pferden, Eseln, Maultieren oder Mauleseln, frisch, gekühlt oder gefroren
- 0207 Fleisch und genießbare Schlachtnebenerzeugnisse von Hausgeflügel der Position 01.05, frisch, gekühlt oder gefroren
- 1601 Würste und ähnliche Erzeugnisse, aus Fleisch, Schlachtnebenerzeugnissen oder Blut; Lebensmittelzubereitungen auf der Grundlage dieser Erzeugnisse
- 1602 Fleisch, Schlachtnebenerzeugnisse oder Blut, anders zubereitet oder haltbar gemacht

**Tabelle 4: Chinas Importe von Fleisch und genießbaren Schlachterzeugnissen**

	Einheit	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>IMPORT</b>							
<b>HS 02</b>	EUR	<b>1.577.350.794</b>	<b>1.219.847.972</b>	<b>1.678.355.031</b>	<b>2.450.733.999</b>	<b>3.197.191.545</b>	<b>4.464.766.070</b>
	t	–	–	–	–	–	–
HS 0201 und 0202	EUR	12.257.485	31.578.884	63.529.666	68.339.932	198.209.630	956.362.546
	t	4.231	14.158	23.650	20.164	61.386	294.223
HS 0203	EUR	355.931.318	97.729.263	157.642.442	608.963.384	763.910.818	832.049.838
	t	373.341	134.972	201.335	467.660	522.213	583.480
HS 0206	EUR	386.042.880	283.472.753	606.992.604	928.476.154	1.154.977.511	1.192.265.790
	t	545.857	397.957	711.864	890.935	847.764	836.195
HS 0207	EUR	739.559.261	705.546.789	726.344.001	626.651.711	744.000.605	757.103.302
	t	832.954	749.663	542.034	420.937	521.719	584.172
<b>HS 1601</b>	EUR	<b>246.532</b>	<b>759.325</b>	<b>1.974.348</b>	<b>2.245.647</b>	<b>3.233.115</b>	<b>2.008.706</b>
	t	<b>107</b>	<b>503</b>	<b>1.307</b>	<b>1.361</b>	<b>1.728</b>	<b>1.173</b>
<b>HS 1602</b>	EUR	<b>3.514.121</b>	<b>1.281.853</b>	<b>2.640.919</b>	<b>2.975.207</b>	<b>3.315.047</b>	<b>3.988.865</b>
	t	<b>515</b>	<b>338</b>	<b>869</b>	<b>666</b>	<b>738</b>	<b>1.284</b>

Fleisch und genießbare Schlachterzeugnisse insgesamt (HS 02) sowie ausgewählte Warengruppen  
Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

**Tabelle 5: Chinas Exporte von Fleisch und genießbaren Schlachterzeugnissen**

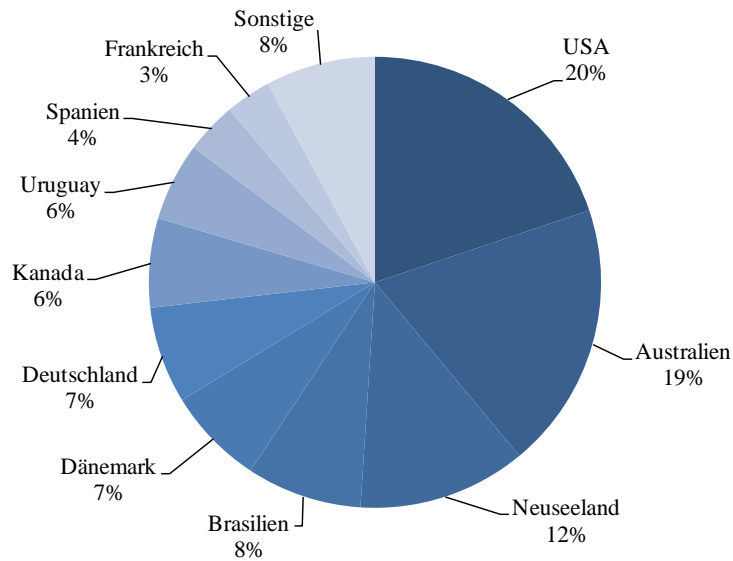
	Einheit	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>EXPORT</b>							
<b>HS 02</b>	EUR	<b>118.921.531</b>	<b>547.712.579</b>	<b>750.237.998</b>	<b>772.580.654</b>	<b>763.153.786</b>	<b>744.314.146</b>
	t	–	–	–	–	–	–
HS 0201 und 0202	EUR	123.529.811	43.881.015	82.285.565	85.914.672	62.734.518	33.367.880
	t	22.729	13.395	22.147	21.979	12.200	5.874
HS 0203	EUR	405.419.247	188.357.430	250.443.914	234.269.739	229.637.386	245.004.060
	t	82.203	87.394	110.126	80.690	66.243	73.395
HS 0206	EUR	701.005	548.345	573.303	490.962	1.105.135	9.169.725
	t	569	603	563	479	799	8.520
HS 0207	EUR	476.360.327	240.667.912	322.567.151	376.571.016	390.924.928	388.029.355
	t	167.974	173.807	205.938	210.859	193.956	203.113
HS 1601	EUR	<b>68.771.563</b>	<b>78.748.837</b>	<b>98.088.924</b>	<b>107.025.828</b>	<b>152.126.878</b>	<b>138.187.728</b>
	t	<b>25.590.932</b>	<b>27.551</b>	<b>32.978</b>	<b>31.800</b>	<b>35.795</b>	<b>34.953</b>
HS 1602	EUR	<b>681.901.561</b>	<b>742.690.067</b>	<b>992.949.553</b>	<b>1.230.839.032</b>	<b>1.507.870.717</b>	<b>1.408.839.372</b>
	t	<b>275.779</b>	<b>277.971</b>	<b>352.358</b>	<b>403.651</b>	<b>424.968</b>	<b>423.669</b>

Fleisch und genießbare Schlachterzeugnisse insgesamt (HS 02) sowie ausgewählte Warengruppen

Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

In den letzten Jahren zählten die USA, Australien, Neuseeland, Brasilien, Dänemark sowie Kanada zu Chinas wichtigsten Fleischlieferanten und auch Deutschland konnte eine immer wichtigere Position einnehmen. 2013 war Deutschland Chinas sechstgrößter Fleischlieferant, gemessen am Importwert, mit einem Anteil von 7 % der gesamten chinesischen Fleischimporte (vgl. Abbildung 36). Die Bedeutung und die jeweiligen Marktanteile der Handelspartner sind jedoch stark von der Tierart abhängig.

**Abbildung 36: Chinas Lieferländer für Fleisch und genießbare Schlachterzeugnisse**

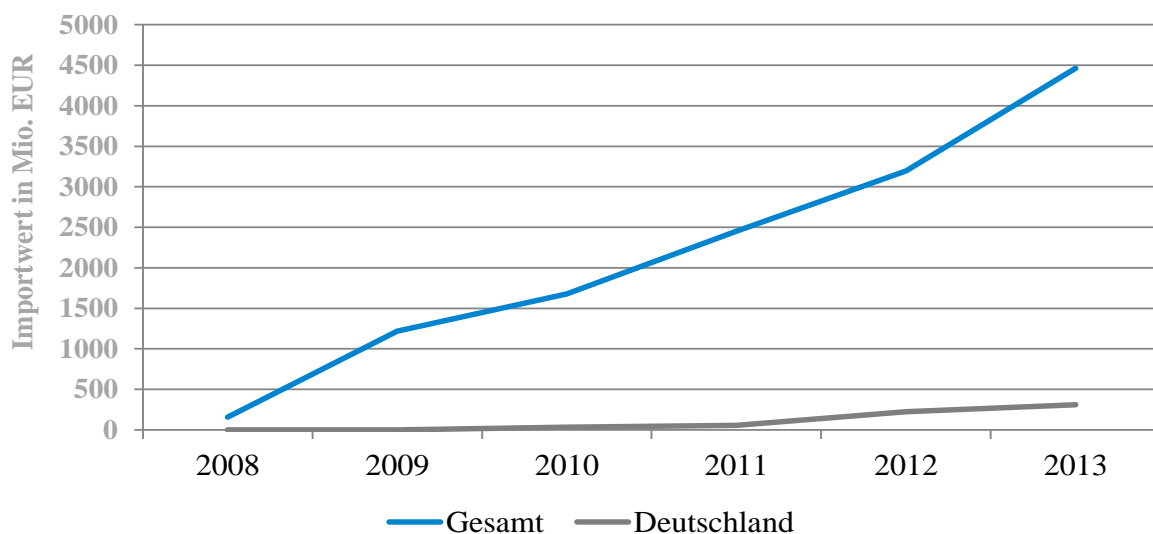


Anteil am Gesamtimportwert von Fleisch und genießbaren Schlachterzeugnissen (HS 02), Stand: 2013

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Chinas Fleischeinfuhren aus Deutschland haben in den vergangenen Jahren stetig zugelegt. Aufgrund fehlender Genehmigungen konnten in den Jahren 2008 und 2009 keine wesentlichen Importe von Fleisch und genießbare Schlachterzeugnisse aus Deutschland verzeichnet werden. Im Jahr 2013 betrug der Importwert deutscher Lieferungen jedoch bereits 309 Mio. EUR (vgl. Abbildung 37).

**Abbildung 37: Chinas Importe von Fleisch und genießbaren Schlachterzeugnissen**



(HS 02)

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung nach United Nations (o. J.)

Die chinesisch-deutschen Importbeziehungen im Fleischsektor betreffen ausschließlich den Handel mit Schweinefleisch und genießbaren Schlachterzeugnissen vom Schwein. Aufgrund fehlender bilateraler Abkommen bzw. Veterinärabkommen werden andere Fleischarten sowie Fleischerzeugnisse und Wurstwaren derzeit nicht aus Deutschland exportiert.

### *Schweinefleisch (HS 0203)*

Als weltweit größter Schweinefleischproduzent und Konsument kann China trotz des hohen Selbstversorgungsgrades von 99 % den Inlandsbedarf nicht vollständig abdecken. Die von China importierte Menge an Schweinefleisch stieg in den letzten fünf Jahren um mehr als das Dreifache. 2013 beliefen sich die Gesamtimporte von Schweinefleisch auf 583.480 t im Wert von 832 Mio. EUR. Hauptsächlich importierte China gefrorene Schinken oder Schultern und Teile davon, mit Knochen (HS 0203 22) sowie andere gefrorene Teile vom Schwein (HS 0203 29). Frisches Schweinefleisch und ganze oder halbe Tierkörper vom Schwein machten einen vergleichsweise geringeren Anteil der Schweinefleischeinfuhren aus (vgl. Tabelle 6).

**Tabelle 6: Chinas Schweinefleischimporte**

Warennummer	Importwert / Importmenge	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>0203</b>	EUR	<b>355.931.318</b>	<b>97.729.263</b>	<b>157.642.442</b>	<b>608.963.384</b>	<b>763.910.818</b>	<b>832.049.838</b>
	t	<b>373.341</b>	<b>134.972</b>	<b>201.335</b>	<b>467.660</b>	<b>522.213</b>	<b>583.480</b>
0203 12	EUR	–	–	–	40.417	2.386	1.861
	t	–	–	–	24	0	0
0203 19	EUR	–	–	–	–	10.110	63.727
	t	–	–	–	–	1	27
0203 21	EUR	336.140	225	327	1.301.306	165.965	216.768
	t	217	0	0	826	96	125
0203 22	EUR	154.124.625	14.408.648	28.058.752	253.876.922	267.419.342	208.469.447
	t	109.539	13.416	24.910	150.035	154.288	140.361
0203 29	EUR	201.470.553	83.320.390	129.583.362	353.744.739	496.313.016	623.298.035
	t	263.585	121.556	176.425	316.775	367.827	442.967

Quelle: Eigene Berechnung nach United Nations (o. J.)

Für 2014 wird prognostiziert, dass China 775.000 t Schweinefleisch importiert. Dies entspräche einem Anteil von weniger als 1 % des inländischen Konsums, jedoch fast 12 % der weltweiten Schweinefleischexporte, die auf mehr als 7 Mio. t geschätzt werden (Schneider/Sharma, 2014). Die USA sind Chinas größter Schweinefleischlieferant, jedoch sehen sich die USA starker Konkurrenz aus Deutschland gegenüber. Der Marktanteil, gemessen an der Importmenge, der USA sank von 54 % im Jahr 2011 auf 20 % im Jahr 2013. In der gleichen

Zeit stiegen die deutschen Schweinefleischimporte Chinas von 5 % auf 20 % (vgl. Tabelle 7). Laut USDA, dem US-amerikanischen Landwirtschaftsministerium, wird die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Exporteure insbesondere durch das Angebot von Ractopamin<sup>2</sup>-freiem Schweinefleisch zu günstigeren Preisen sowie Chinas Ractopamin-Beschränkungen für US-Schweinefleischimporte begünstigt (Scott/Jianping, 2014). Der deutliche Rückgang der Importe im Jahr 2009 ist einerseits auf die Wirtschafts- und Finanzkrise zurückzuführen, andererseits auf das zu Beginn des Jahres verhängte Embargo auf Schweinefleischimporte aus u. a. den USA und Kanada, als dort Fälle der Schweinegrippe bekannt wurden (CICC, 2009). Jedoch zogen die Importe in den Folgeperioden wieder an.

**Tabelle 7: Chinas Top-3-Lieferländer von Schweinefleisch**

	Land	Importwert EUR	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Wert	Importmenge t	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Menge
<b>2013</b>							
1.	USA	178.281.065	-29%	21%	119.182	-36%	20%
2.	Deutschland	158.652.776	6%	19%	114.888	21%	20%
3.	Kanada	104.375.021	32%	13%	74.322	40%	13%
<b>2012</b>							
1.	USA	251.399.992	-19%	33%	186.578	-26%	36%
2.	Deutschland	149.651.673	406%	20%	94.925	286%	18%
3.	Spanien	92.588.358	65%	12%	67.137	48%	13%
<b>2011</b>							
1.	USA	311.347.644	1255%	51%	252.451	768%	54%
2.	Dänemark	85.166.376	74%	14%	60.136	-19%	13%
3.	Kanada	69.990.935	101%	11%	49.532	27%	11%
<b>2010</b>							
1.	Dänemark	48.893.836	75%	31%	74.193	61%	37%
2.	Kanada	34.888.073	42%	22%	38.983	38%	19%
3.	USA	22.976.777	35%	15%	29.076	31%	14%
<b>2009</b>							
1.	Dänemark	27.942.757	-42%	29%	46.165	-39%	34%
2.	Kanada	24.632.793	-42%	25%	28.324	-32%	21%
3.	USA	17.027.584	-92%	17%	22.181	-87%	16%
<b>2008</b>							
1.	USA	212.549.517	315%	60%	176.530	363%	47%
2.	Frankreich	48.742.221	314%	14%	73.392	366%	20%
3.	Dänemark	47.950.029	597%	13%	76.226	679%	20%

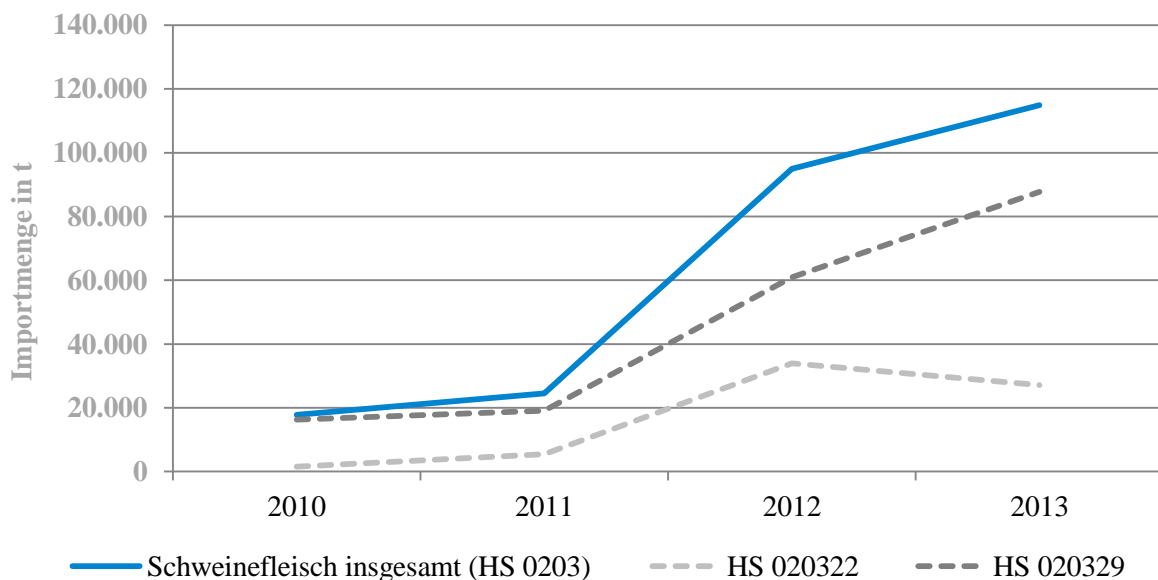
(HS 0203)

Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

<sup>2</sup> In der EU verbotenes Wachstumshormon, das in einigen Ländern in der Schweinefleischproduktion eingesetzt wird.

Aus Deutschland importierte China 2013 114.888 t Schweinefleisch im Wert von 158 Mio. EUR. Seit 2010 stiegen die Einfuhren deutschen Schweinefleischs um mehr als 540 %. Die größte Zunahme der Importe erfolgte 2012. Als einer der größten Schweinefleischproduzenten hat sich Deutschland in den vergangenen Jahren in diesem Segment zu einem wettbewerbsfähigen Marktteilnehmer entwickelt (vgl. Abbildung 38). Anfang 2013 löste Deutschland sogar kurzzeitig die USA von der Spitzenposition der Schweinefleischimporteure ab, konnte diese Stellung jedoch langfristig nicht halten (Scott/Jianping, 2013).

**Abbildung 38: Chinas Schweinefleischimporte aus Deutschland**



Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Der chinesische Schweinefleischmarkt unterliegt aufgrund von Seuchen und Epidemien, Strukturveränderungen, Futtermittelpreisen oder der Konsumentennachfrage nach anderen Fleischsorten starken Schwankungen. Es ist zu beobachten, dass, je höher die lokalen Preise für Schweinefleisch auf dem chinesischen Markt sind, die Importe steigen. Das bedeutet, dass die Preise für importierte Ware wettbewerbsfähiger sind als die heimischen Preise. Dies ist ein wesentlicher Treiber für die steigenden Importe Chinas (Gale/Marti/Hu, 2012).

Die Volatilität des chinesischen Schweinefleischmarktes zeigte sich insbesondere im Jahr 2006 nach dem Ausbruch von PRRS (Porzines Reproduktives und Respiratorisches Syndrom). Dies führte dazu, dass die inländische Schweinefleischversorgung sowie die Preise für Schweinefleisch instabil wurden, woraufhin die Einfuhren im Folgejahr zunahmen. Anderer-



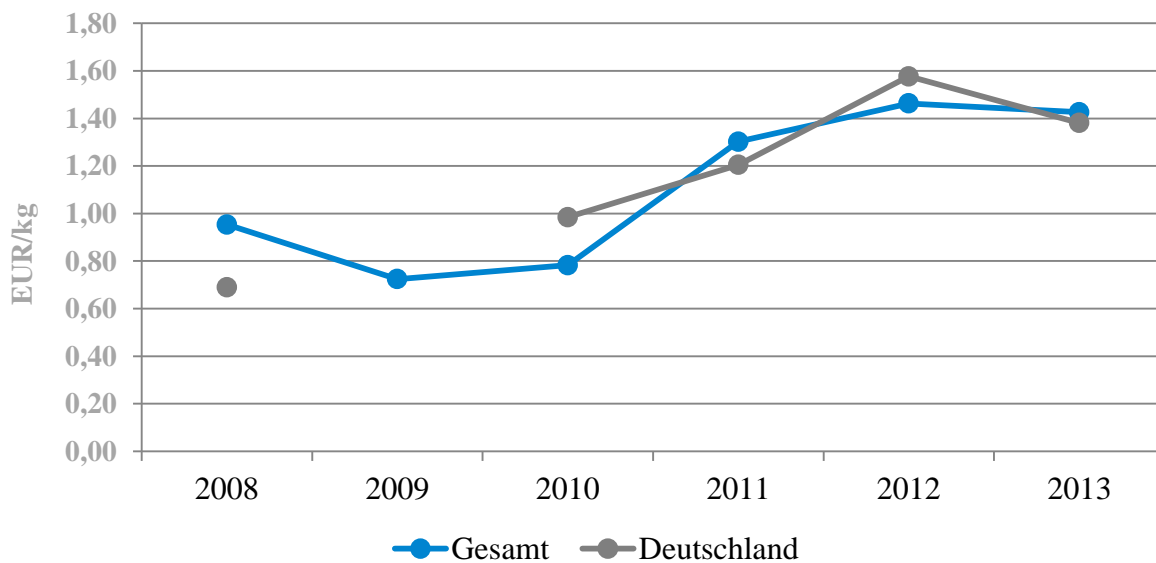
seits stiegen die Futtermittel- und Lohnkosten in China an, wodurch sich die Produktionskosten allgemein erhöhten und weitere Möglichkeiten für ausländische Exporteure boten, mit Importware auf den Markt zu dringen (Schneider/Sharma, 2014).

Weiterhin hat die zunehmende Kraft chinesischer Schweinefleischproduzenten und -verarbeiter sowie die vertikale Integration und Konsolidierung des gesamten Sektors einen Einfluss auf die internationalen Handelsaktivitäten mit und in China. Globale Mergers and Aquisitions werden den Markteintritt zukünftig nicht vereinfachen. Kürzlich stattgefundenere Ereignisse wie der Kauf des US-amerikanischen und weltweit größten Schweinefleischproduzenten Smithfield durch das chinesische Unternehmen Shuanghui International sind ein gutes Beispiel dieser Entwicklung (Schneider/Sharma, 2014).

Importiertes (gefrorenes) Schweinefleisch wird hauptsächlich von der weiterverarbeitenden Industrie genutzt. Ein geringer Anteil findet seinen Weg in den Groß- und Einzelhandel, während Schlachtnebenerzeugnisse vom Schwein meist direkt in den Großhandel und die Gastronomie gehen. Es ist für chinesische Marktteilnehmer teilweise ökonomischer, gefrorenes Fleisch zu importieren, als frisches einheimisches Fleisch zu kaufen, da Chinas inländische Schweinefleischpreise zu den höchsten der Welt zählen (Rabobank International, 2012).

Abbildung 39 zeigt die Entwicklung des durchschnittlichen Importpreises von China insgesamt sowie den Importpreis Chinas für deutsches Schweinefleisch im Zeitraum von 2008 bis 2013. Es ist zu erkennen, dass der Schweinefleischpreis jährlichen Schwankungen von bis zu 0,20 EUR/kg unterliegt. Insgesamt stieg der Importpreis für deutsches Schweinefleisch im Zeitraum von 2008 bis 2013 um 0,70 EUR/kg.

**Abbildung 39: Durchschnittliche Importpreise für Schweinefleisch**



(HS 0203)

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

2013 konnte China Schweinefleisch aus Deutschland zu einem Preis von 1,38 EUR/kg beziehen. Demgegenüber lag der durchschnittliche Importpreis Chinas für dänisches Schweinefleisch bei 1,62 EUR/kg. Im Vergleich zu den Preisen anderer Hauptlieferanten von Schweinefleisch erhöhte sich der Importpreis für dänisches Schweinefleisch von 2008 bis 2013 mit knapp 1 EUR/kg am meisten. In den Jahren 2010 und 2012 waren die Durchschnittspreise aus Deutschland am höchsten (vgl. Tabelle 8). Bei den durchschnittlichen Importpreisen gilt es zu berücksichtigen, dass unter die Warennummer 0203 verschiedene Teilstücke unterschiedlichster Wertigkeit (z. B. Filet, Schinken) fallen, wodurch die Aussagekraft der Preise geschmälert wird.

**Tabelle 8: Importpreise für Schweinefleisch nach Lieferländern**

	<b>Gesamt</b>	<b>USA</b>	<b>Deutschland</b>	<b>Kanada</b>	<b>Dänemark</b>
2013	1,43	1,50	1,38	1,40	1,62
2012	1,46	1,35	1,58	1,49	1,55
2011	1,30	1,23	1,20	1,41	1,42
2010	0,78	0,79	0,98	0,89	0,66
2009	0,72	0,77	—	0,87	0,61
2008	0,95	1,20	0,69	1,02	0,63

(HS 0203), Durchschnittspreise in EUR/kg

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Zu den Perspektiven von Schweinefleischlieferungen nach China herrschen unterschiedliche Meinungen. Einige Quellen gehen davon aus, dass China die Selbstversorgung mit Schweinefleisch langfristig aufrechterhalten kann. Die Importe werden als Ergänzung, jedoch nicht als Hauptquelle der Inlandsversorgung mit Schweinefleisch und Schweinefleischprodukten gesehen und der Anstieg der Schweinefleischimporte in den letzten Jahren eher als temporäre Lösung Chinas beurteilt, um die derzeitigen Engpässe zu überbrücken (Rabobank International, 2012). Andere Stimmen meinen, dass es China schwerfallen wird, die traditionell gewachsene Selbstversorgung von Schweinefleisch aufrechtzuerhalten, da die Futtermittelpreise steigen und Land für expandierende Farmen und Verarbeitungsindustrien rar und teuer geworden ist (Gale/Marti/Hu, 2012).

#### **Hintergrund: Import von Lebendschweinen**

China ist der drittgrößte Importeur von Lebendschweinen. Aufgrund der anhaltenden Nachfrage, die genetischen Ressourcen in der chinesischen Schweineproduktion zu verbessern, wird ein weiterer Anstieg der Lebendschweinimporte vorausgesagt (Scott/Jianping, 2014).

#### *Rindfleisch (HS 0201 und HS 0202)*

China ist ein zunehmend wichtiger Akteur im globalen Rindfleischhandel (Vernooij/Close, 2013) und bereits heute hinter den USA, der EU und Brasilien der viertgrößte Markt für Rindfleisch (BMELV, 2013b). Trotz des hohen Preisniveaus wird in China eine steigende Nachfrage und damit einhergehend ein steigendes Handelsvolumen für Rindfleisch prognostiziert. Dies liegt einerseits in den steigenden Einkommen der chinesischen Bevölkerung begründet, andererseits in den veränderten Ernährungsgewohnheiten und dem Wechsel von Geflügel auf andere Fleischsorten aufgrund der durch die Vogelgrippe ausgelösten Zweifel der chinesischen Konsumenten an der Sicherheit von Geflügelfleisch (FAO, 2013). Zudem wird „rotes“ Fleisch von den Chinesen als höherwertig angesehen und zunehmend, insbesondere von der Mittelschicht, konsumiert (BMELV, 2013b).

Seit Ende 2012 sind die chinesischen Rindfleischimporte (HS 0201 und 0202) enorm gestiegen. Die Rekordimporte kamen im Wesentlichen aus zwei Gründen zustande: Zum einen verschärfte China seine Kontrollen bei der Einfuhr von Re-Exporten in den Häfen, wodurch Schlüssellieferanten mehr Direktimporte lieferten. Zum anderen wurde die chinesische Wäh-

zung gegenüber dem USD aufgewertet, wodurch die Ausgaben für importiertes Rindfleisch sanken (Scott/Jianping, 2013b). 2013 erreichten die Rindfleischimporte Chinas insgesamt ein Volumen von fast 300.000 t sowie einen Warenwert von über 950 Mio. EUR. Der wesentliche Anteil der Importe entfiel auf gefrorenes Rindfleisch, während frisches und gekühltes Rindfleisch nur 4 % der gesamten Rindfleischeinfuhren Chinas ausmachten. Die Importmengen für gefrorenes Rindfleisch (HS 0202) stiegen im Jahr 2013 um das 4,5-Fache im Vergleich zum Vorjahr und erreichten eine Menge von rund 283.000 t (vgl. Tabelle 9).

**Tabelle 9: Chinas Rindfleischimporte**

Warennummer	Importwert / Importmenge	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>0201</b>	EUR	<b>5.494.934</b>	<b>5.405.526</b>	<b>5.116.957</b>	<b>6.501.999</b>	<b>8.905.357</b>	<b>50.704.848</b>
	t	<b>535</b>	<b>559</b>	<b>380</b>	<b>434</b>	<b>862</b>	<b>11.332</b>
0201 20	EUR	473.920	492.290	383.471	559.524	1.131.225	11.488.084
	t	52	54	39	51	182	2.960
0201 30	EUR	5.021.014	4.913.236	4.733.486	5.942.474	7.774.132	39.216.764
	t	483	505	341	383	680	8.372
<b>0202</b>	EUR	<b>6.762.551</b>	<b>26.173.358</b>	<b>58.412.709</b>	<b>61.837.933</b>	<b>189.304.273</b>	<b>905.657.697</b>
	t	<b>3.697</b>	<b>13.600</b>	<b>23.270</b>	<b>19.730</b>	<b>60.525</b>	<b>282.891</b>
0202 10	EUR	–	–	–	–	–	796.365
	t	–	–	–	–	–	396
0202 20	EUR	510.490	612.588	3.857.255	3.464.355	15.208.937	124.281.830
	t	540	506	2.092	2.129	10.027	57.784
0202 30	EUR	6.252.061	25.560.770	54.555.454	58.373.578	174.095.336	780.579.502
	t	3.156	13.091	21.178	17.602	50.398	224.710

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Nach Schätzungen der USDA, dem Landwirtschaftsministeriums der Vereinigten Staaten, wird China aufgrund der durch steigende Produktionskosten bedingten Knappheit von Rindfleisch auf dem heimischen Markt auch weiterhin zunehmende Rindfleischimporte verzeichnen. Für 2014 wird eine Importmenge von bis zu 475.000 t prognostiziert (Scott/Jianping, 2014).

Frisches und gekühltes Rindfleisch (HS 0201) bezieht China fast ausschließlich aus Australien (vgl. Tabelle 10).

**Tabelle 10: Chinas Top-3-Lieferländer von frischem und gekühltem Rindfleisch**

	Land	Importwert EUR	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Wert	Importmenge t	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Menge
<b>2013</b>							
1.	Australien	47.640.986	445%	94%	11.068	1206%	98%
2.	Neuseeland	2.880.748	30435%	6%	248	45922%	2%
3.	Kanada	107.655	120%	0%	6	–	0%
<b>2012</b>							
1.	Australien	8.747.701	35%	98%	847	95%	98%
2.	Argentinien	99.324	–	1%	11	–	1%
3.	Kanada	48.898	–	1%	3	–	0%
<b>2011</b>							
1.	Australien	6.501.999	30%	100%	434	19%	100%
2.	–	–	–	–	–	–	–
3.	–	–	–	–	–	–	–
<b>2010</b>							
1.	Australien	4.994.248	-5%	98%	365	-30%	96%
2.	Argentinien	82.694	–	2%	11	–	3%
3.	Neuseeland	29.821	254%	1%	3	91%	1%
<b>2009</b>							
1.	Australien	5.262.288	-3%	97%	523	0%	94%
2.	Brasilien	134.811	151%	2%	35	267%	6%
3.	Neuseeland	8.427	843%	0%	1	1858%	0%
<b>2008</b>							
1.	Australien	5.425.216	18%	99%	523	27%	98%
2.	Brasilien	53.604	–	1%	9	–	2%
3.	USA	15.220	–	0%	1	–	0%

(HS 0201)

Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

Auch bei gefrorenem Rindfleisch (HS 0202) ist Australien seit Jahren das Hauptlieferland. 2013 hatte Australien in diesem Segment einen mengenbezogenen Marktanteil von 51 %, gefolgt von Uruguay mit 25 % und Neuseeland mit 12 % (vgl. Tabelle 11). Auffällig sind die steigenden Importe für gefrorenes Rindfleisch aus Kanada, das 2013 mit 24.370 t – mehr als sechsmal so viel wie im Vorjahr – bereits viertgrößter Lieferant Chinas für gefrorenes Rindfleisch war (United Nations, o. J.). Im Dezember 2012 setzte China die Rindfleischlieferungen aus Brasilien aufgrund des Ausbruchs der Rinderseuche BSE aus (Scott/Jianping, 2013b).

**Tabelle 11: Chinas Top-3-Lieferländer von gefrorenem Rindfleisch**

	Land	Importwert EUR	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Wert	Importmenge t	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Menge
<b>2013</b>							
1.	Australien	495.347.063	436%	55%	143.709	443%	51%
2.	Uruguay	201.968.190	425%	22%	70.334	385%	25%
3.	Neuseeland	115.129.665	468%	13%	35.126	371%	12%
<b>2012</b>							
1.	Australien	92.331.424	212%	49%	26.446	253%	44%
2.	Uruguay	38.461.950	98%	20%	14.497	98%	24%
3.	Brasilien	28.997.629	403%	15%	8.705	316%	14%
<b>2011</b>							
1.	Australien	29.621.276	60%	48%	7.498	39%	38%
2.	Uruguay	19.377.818	21%	31%	7.338	-3%	37%
3.	Neuseeland	7.071.752	45%	11%	2.803	15%	14%
<b>2010</b>							
1.	Brasilien	18.977.428	1049%	32%	7.853	775%	34%
2.	Australien	18.536.050	79%	32%	5.392	7%	23%
3.	Uruguay	15.952.772	71%	27%	7.581	47%	33%
<b>2009</b>							
1.	Australien	10.330.938	137%	39%	5.035	147%	37%
2.	Uruguay	9.306.990	329%	36%	5.163	253%	38%
3.	Neuseeland	4.883.422	2481%	19%	2.504	1351%	18%
<b>2008</b>							
1.	Australien	4.361.053	20%	64%	2.036	16%	55%
2.	Uruguay	2.167.531	40%	32%	1.464	59%	40%
3.	Neuseeland	189.190	-3%	3%	173	-20%	5%

(HS 0202)

Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

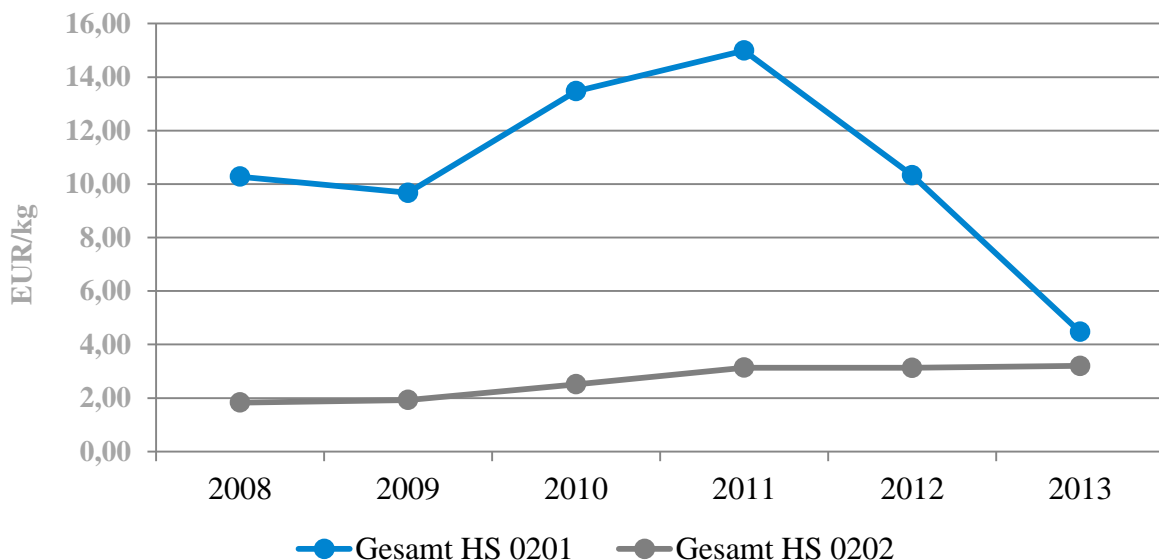
China führt derzeit Verhandlungen mit weiteren Ländern, um diesen den Zugang zum Rindfleischmarkt zu gewähren, darunter mit den USA, was die zukünftigen Importe weiter steigen lassen könnte (Scott/Jianping, 2014). Derzeit besteht kein Rindfleischhandel zwischen China und Deutschland und es werden diesbezüglich auch keine Verhandlungen geführt.

### **Expertenmeinung**

*Um eine Ausweitung der deutschen Exporte nach China im Bereich Geflügel und Rind zu erreichen, sollte das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft eine Vorreiterrolle übernehmen. Letztlich führen andauernde und wiederholte Kontakte dazu, „einen Fuß in die Tür“ des chinesischen Marktes zu bekommen. Es ist wichtig, dass hier aktiv gehandelt wird. Auch wenn viel über die wachsende Nachfrage von Fleisch gesprochen wird, ist der Weltmarkt für Fleisch ein Käufermarkt. Daher sollten Regierung und Exporteure aktiv neue Märkte suchen, finden und öffnen.*

Während der durchschnittliche Importpreis für gefrorenes Rindfleisch (HS 0202) im Zeitraum von 2008 bis 2013 auf einem konstantem Niveau lag und sich nur vergleichsweise leicht um rund 1 EUR/kg auf 3,20 EUR/kg erhöht hat, hat sich der durchschnittliche Preis für frisches oder gekühltes Rindfleisch (HS 0201) in diesem Zeitraum mehr als halbiert. Im Jahr 2008 lag der durchschnittliche Importpreis für frisches und gekühltes Rindfleisch bei 10,28 EUR/kg, damit knapp bei dem Sechsfachen des Preises für gefrorenes Rindfleisch und sank auf 4,47 EUR/kg in 2013. Ein besonders starker Abfall konnte dabei in den Jahren von 2011 bis 2013 beobachtet werden, in denen der Preis um 10 EUR/kg abfiel (vgl. Abbildung 40).

**Abbildung 40: Durchschnittliche Importpreise für Rindfleisch**



(HS 0201 und 0202)

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Die drastisch gesunkenen Preise für frisches und gekühltes Rindfleisch aus Australien schlugen sich aufgrund des hohen Importvolumens stark auf den durchschnittlichen Gesamtpreis nieder. Die Importpreise anderer Länder fielen nicht ganz so stark. Der Importpreis für kanadisches Rindfleisch, frisch oder gekühlt, stieg sogar um mehr als 0,50 EUR/kg im Vergleich zu 2012 (vgl. Tabelle 12).

**Tabelle 12: Importpreise für frisches Rindfleisch nach Lieferländern**

	<b>Gesamt</b>	<b>Australien</b>	<b>Argentinien</b>	<b>Kanada</b>	<b>Neuseeland</b>
2013	4,47	4,30	7,63	18,41	11,61
2012	10,33	10,32	8,84	17,89	17,50
2011	14,99	14,99	—	—	—
2010	13,47	13,69	7,52	11,46	11,54
2009	9,67	10,06	—	—	6,24
2008	10,28	10,37	—	—	12,96

(HS 0201), Durchschnittspreise in EUR/kg

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Die Importpreise Chinas für gefrorenes Rindfleisch aus Australien, Uruguay, Neuseeland und Brasilien erhöhten sich seit 2008 kontinuierlich, befinden sich jedoch auf einem annähernd gleichen Niveau (vgl. Tabelle 13).

**Tabelle 13: Importpreise für gefrorenes Rindfleisch nach Lieferländern**

	<b>Gesamt</b>	<b>Australien</b>	<b>Uruguay</b>	<b>Neuseeland</b>	<b>Brasilien</b>
2013	3,20	3,45	2,87	3,28	—
2012	3,13	3,49	2,65	2,72	3,33
2011	3,13	3,95	2,64	2,52	2,76
2010	2,51	3,44	2,10	2,00	2,42
2009	1,92	2,05	1,80	1,95	1,84
2008	1,83	2,14	1,48	1,10	1,88

(HS 0202), Durchschnittspreise in EUR/kg

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

### *Schlachtnebenerzeugnisse von Rindern und Schweinen u. a. (HS 0206)*

Deutsche und chinesische Konsumenten haben unterschiedliche Vorlieben und Geschmäcker, wodurch der Handel mit Fleisch und insbesondere Schlachtnebenerzeugnissen begünstigt wird. Deutsche Konsumenten bevorzugen Muskelfleisch, während Chinesen auch Innereien, Füße und andere Körperteile in ihrer Küche verwenden, die auf dem deutschen Markt wenig Wert besitzen. Daher gilt China als profitables Zielland für Körperteile und Schlachtnebenerzeugnisse von Fleischverarbeitungsunternehmen. Die Importe werden voraussichtlich in den kommenden Jahren steigen, jedoch keinen dominanten Anteil am Markt einnehmen (Schneider/Sharma, 2014).



### **Expertenmeinung**

*In den Verhaltensmustern der Chinesen findet zunehmend eine Verwestlichung statt. Sollte dies die Ernährungsgewohnheiten beeinflussen, ist zu berücksichtigen, dass die Absatzmärkte für Schlachtnebenerzeugnisse stark abnehmen könnten. Insbesondere für den Schweinefleischmarkt wäre dies eine Katastrophe. Es wurde jedoch die Hypothese aufgestellt, dass sich das Muster des chinesischen Fleischkonsums in den kommenden Jahren nicht drastisch verändern wird. Diesbezüglich wird auf den taiwanesischen Markt hingewiesen, der bereits sehr westlich geprägt ist. Trotz der Annäherung Taiwans an westliche Konsummuster werden Schlachtnebenerzeugnisse weiterhin verstärkt nachgefragt. Da China in der Marktentwicklung noch nicht so fortgeschritten ist wie Taiwan, wird vermutet, dass das Konsummuster Taiwans trotz westlicher Orientierung mit dem Konsummuster des chinesischen Festlands zu vergleichen ist und sich der chinesische Markt ähnlich dem taiwanesischen entwickeln wird.*

Die chinesischen Einfuhren von genießbaren Schlachtnebenerzeugnissen beliefen sich 2013 weltweit auf eine Gesamtmenge von 836.000 t. Von dem Gesamtvolumen entfielen 97 % auf gefrorene Schlachtnebenerzeugnisse von Schweinen (HS 0206 41 und 0206 49). Mit gut 20.000 t machten Schlachtnebenerzeugnisse von Rindern lediglich 2 % der Gesamtimporte von Schlachtnebenerzeugnissen aus (HS 0206 10, 0206 21, 0206 22, 0206 29). Der Anteil von Schlachtnebenerzeugnissen von Schafen, Ziegen, Pferden, Eseln, Maultieren oder Mauleseln (HS 0206 90) belief sich ebenfalls auf einen zu vernachlässigenden Anteil von 1 %. Nachdem sich die Importmengen von Schlachtnebenerzeugnissen, insbesondere vom Schwein, von 2009 bis 2011 mehr als verdoppelt und vorerst ihren Höchststand erreicht haben, ist ein leicht sinkender Trend zu beobachten (vgl. Tabelle 14).

**Tabelle 14: Chinas Importe von Schlachtnebenerzeugnissen**

Warennummer	Importwert / Importmenge	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>0206</b>	EUR	<b>386.042.880</b>	<b>283.472.753</b>	<b>606.992.604</b>	<b>928.476.154</b>	<b>1.154.977.511</b>	<b>1.192.265.790</b>
	t	<b>545.858</b>	<b>397.957</b>	<b>711.864</b>	<b>890.935</b>	<b>847.764</b>	<b>836.195</b>
0206 10	EUR	–	3.754	481	–	–	7.454
	t	–	1	0	–	–	11
0206 21	EUR	–	227.714	31.589	–	–	13.814
	t	–	133	25	–	–	2
0206 22	EUR	–	–	–	–	–	37
	t	–	–	–	–	–	0
0206 29	EUR	4.191.449	5.915.465	14.620.281	12.397.363	20.426.499	45.879.611
	t	2.837	3.355	9.126	6.587	9.085	20.193
0206 41	EUR	3.508.069	27.935	170.106	10.966.300	2.930.486	6.241.598
	t	6.435	49	278	16.976	4.214	9.696
0206 49	EUR	375.912.376	275.316.750	588.774.175	899.013.470	1.121.656.774	1.126.764.014
	t	533.838	392.720	700.687	865.178	831.667	801.869
0206 90	EUR	2.430.986	1.981.135	3.395.973	6.099.021	9.963.752	13.359.263
	t	2.748	1.700	1.748	2.194	2.798	4.425

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Die drei Hauptlieferanten für Schlachtnebenerzeugnisse von Rindern, Schweinen und anderen Tierarten waren in den letzten Jahren die USA, Dänemark und Kanada. 2013 konnte sich Deutschland mit einem Marktanteil von 13 % als Chinas drittgrößter Lieferant von Schlachtnebenerzeugnissen etablieren (vgl. Tabelle 15).

**Tabelle 15: Chinas Top-3-Lieferländer von Schlachtnebenerzeugnissen**

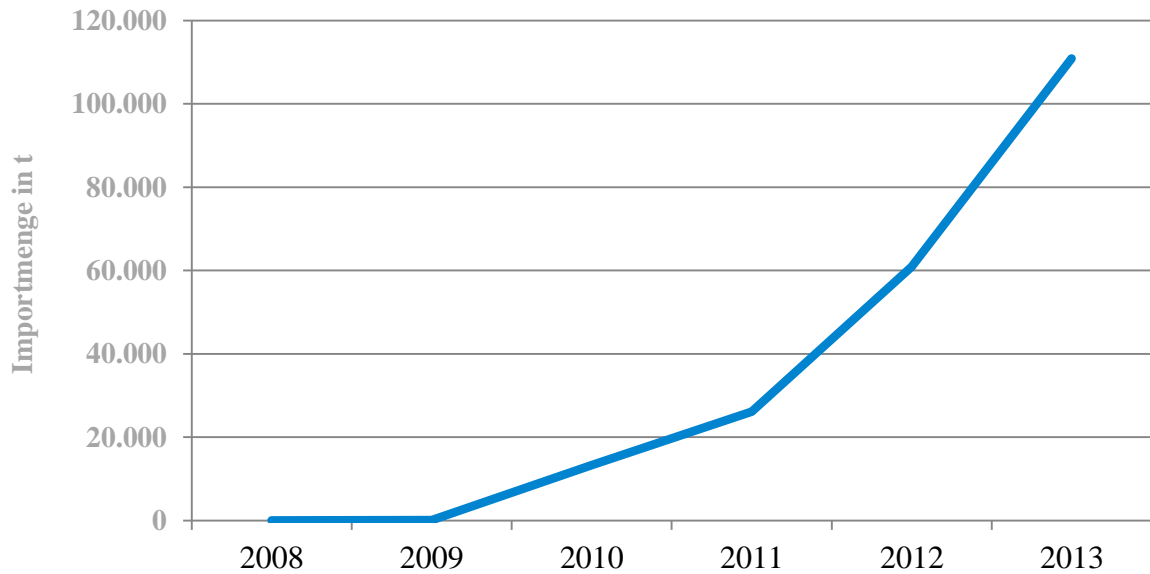
	Land	Importwert EUR	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Wert	Importmenge t	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Menge
<b>2013</b>							
1.	USA	393.407.591	-32%	33%	245.311	-39%	29%
2.	Dänemark	207.785.307	2%	17%	169.995	0%	20%
3.	Deutschland	150.286.213	103%	13%	110.897	82%	13%
<b>2012</b>							
1.	USA	579.379.475	1%	50%	402.705	-27%	48%
2.	Dänemark	204.389.613	44%	18%	169.219	13%	20%
3.	Kanada	105.777.448	37%	9%	81.880	8%	10%
<b>2011</b>							
1.	USA	574.951.522	271%	62%	548.247	255%	62%
2.	Dänemark	142.040.692	-36%	15%	149.097	-49%	17%
3.	Kanada	77.047.491	-42%	8%	75.719	-55%	8%
<b>2010</b>							
1.	Dänemark	221.064.779	96%	36%	289.612	73%	41%
2.	USA	154.877.687	270%	26%	154.409	184%	22%
3.	Kanada	132.972.186	96%	22%	167.243	69%	23%
<b>2009</b>							
1.	Dänemark	112.815.049	-12%	40%	167.759	-9%	42%
2.	Kanada	67.940.245	105%	24%	98.691	96%	25%
3.	USA	41.882.482	-51%	15%	54.425	-54%	14%
<b>2008</b>							
1.	Dänemark	128.742.890	169%	33%	184.291	150%	34%
2.	Frankreich	123.252.440	3%	32%	175.741	-8%	32%
3.	USA	86.121.493	45%	22%	118.302	40%	22%

(HS 0206)

Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

China importiert aus Deutschland ausschließlich gefrorene, genießbare Schlachtnebenerzeugnisse vom Schwein. Seit 2009 stiegen die Einfuhren kontinuierlich an und erreichten 2013 eine Menge von mehr als 110.000 t. Lediglich 1 % der Importe aus Deutschland entfiel auf gefrorene Schweinelebern (HS 0206 41). Der wesentliche Anteil setzte sich aus anderen gefrorenen, genießbaren Schlachtnebenerzeugnissen vom Schwein (HS 0206 49) wie beispielsweise Schweineköpfe, Schweinezungen oder Schweineherzen zusammen (vgl. Abbildung 41).

Abbildung 41: Chinas Importe von Schlachtnieberzeugnissen aus Deutschland

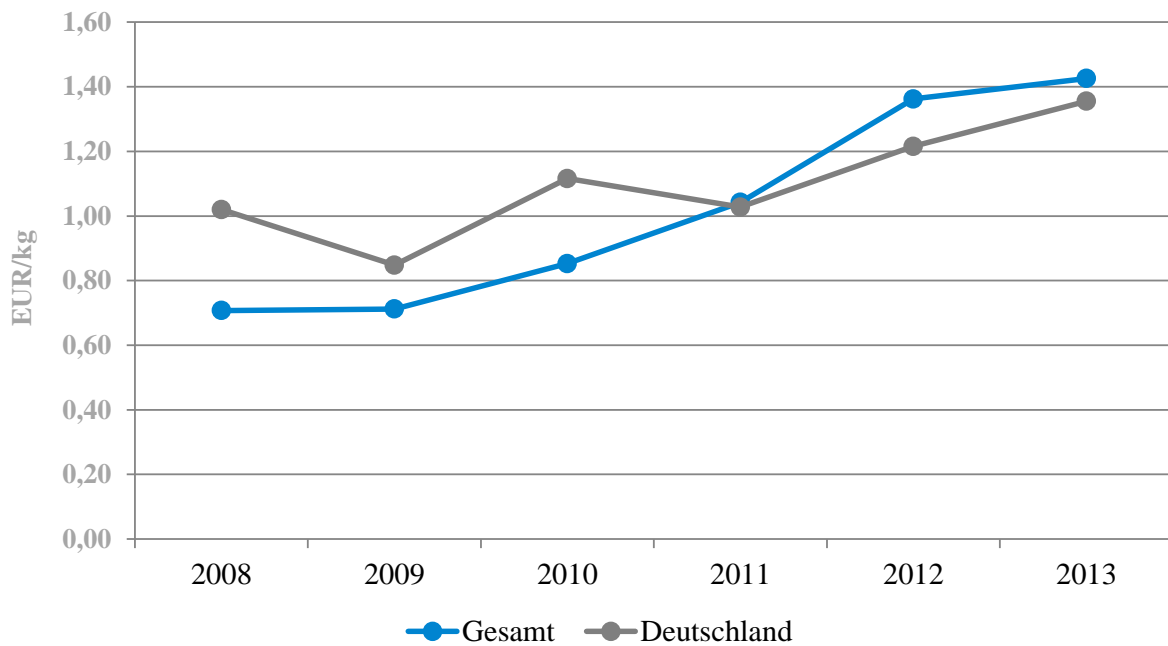


(HS 0206)

Quelle: United Nations (o. J.)

Abbildung 42 zeigt die durchschnittlichen Importpreise Chinas insgesamt sowie die Preise für Importe aus Deutschland für frische, gekühlte oder gefrorene Schlachtnieberzeugnisse. Es wird deutlich, dass die durchschnittlichen Gesamtimportpreise Chinas im Zeitraum von 2008 bis 2013 konstant von 0,71 EUR/kg auf 1,43 EUR/kg angestiegen sind und sich damit verdoppelt haben. Demgegenüber unterliegt der Importpreis Chinas für deutsche Schlachtnieberzeugnisse kleinen Schwankungen und liegt seit 2011 unter dem durchschnittlichen Gesamtimportpreis Chinas für Schlachtnieberzeugnisse.

**Abbildung 42: Durchschnittliche Importpreise für Schlachtnebenerzeugnisse**



(HS 0206)

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Der Importpreis Chinas war im Jahr 2013 für dänische Schlachtnebenerzeugnisse am geringsten (vgl. Tabelle 16). Dieser Preis lag 0,38 EUR/kg unter dem durchschnittlich höchsten Importpreis, der für Schlachtnebenerzeugnisse aus den USA gezahlt wurde. Der durchschnittliche Importpreis deutscher Schlachtnebenerzeugnisse lag bei 1,36 EUR/kg und befindet sich im preislichen Vergleich im Mittelfeld.

**Tabelle 16: Importpreise für Schlachtnebenerzeugnisse nach Lieferländern**

	<b>Gesamt</b>	<b>USA</b>	<b>Dänemark</b>	<b>Deutschland</b>	<b>Kanada</b>
2013	1,43	1,60	1,22	1,36	1,32
2012	1,36	1,44	1,21	1,22	1,29
2011	1,04	1,05	0,95	1,03	1,02
2010	0,85	1,00	0,76	1,12	0,80
2009	0,71	0,77	0,67	0,85	0,69
2008	0,71	0,73	0,70	1,02	0,66

(HS 0206), Durchschnittspreise in EUR/kg

Quelle: United Nations (o. J.)

### ***Expertenmeinung***

*Schlachtnebenerzeugnisse und Innereien sind DER Markt für deutsche und europäische Fleischhändler, da diese Produkte in Deutschland keinen Absatz finden. Der Selbstversorgungsgrad von Schlachtnebenerzeugnissen beträgt in Deutschland 1.000 %. Dieser Überschuss findet in China zumindest teilweise Absatz.*

### ***Expertenmeinung***

*Es gibt einen Spezialhandel mit Naturdärmen. Die in Deutschland anfallenden Därme werden nur vorgereinigt und dann nach China geschickt, dort werden sie endgereinigt und kommen dann nach Deutschland wieder zurück.*

### *Geflügelfleisch und Schlachtnebenerzeugnisse (HS 0207)*

Der chinesische Außenhandel mit Geflügelfleisch ist aufgrund von Handelskonflikten, Handelsbeschränkungen und Auswirkungen der Vogelgrippe volatil (Rabobank International, 2013). Von 2008 bis 2011 konnte ein allgemein sinkender Trend verzeichnet werden. 2012 und 2013 nahmen die Importe von Geflügelfleisch jedoch sowohl mengen- als auch wertmäßig wieder zu. Zusätzlich ist China auch ein wichtiges Abnehmerland für Schlachtnebenprodukte von Geflügel wie beispielsweise Flügel und Füße (Rabobank International, 2013).

2013 importierte China insgesamt gut 584.000 t Geflügelfleisch und genießbare Schlachtnebenerzeugnisse von Hausgeflügel (HS 0207) im Wert von 757 Mio. EUR (vgl. Tabelle 17). Davon entfiel ein Anteil von 99 % auf gefrorene Schlachtnebenerzeugnisse von Hühnern und Truthühnern (HS 0207 14 und 0207 27). Unter diese Kategorien fallen beispielsweise Flügel, auch ohne Flügelspitzen, Rücken, Hälse, Sterze, Schenkel und Unterschenkel, sowie Teile davon und andere nicht weiter spezifizierte Teile und Schlachtnebenerzeugnisse.

**Tabelle 17: Chinas Geflügelfleischimporte**

Warennummer	Importwert / Importmenge	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>0207</b>	EUR	<b>739.559.261</b>	<b>705.546.789</b>	<b>726.344.001</b>	<b>626.651.711</b>	<b>744.000.605</b>	<b>757.103.302</b>
	t	<b>832.954</b>	<b>749.663</b>	<b>542.034</b>	<b>420.937</b>	<b>521.719</b>	<b>584.172</b>
0207 12	EUR	11.010	4.176	–	816.792	276.462	55.286
	t	4	1	–	778	230	39
0207 14	EUR	702.555.589	678.925.271	693.146.658	576.742.667	676.952.692	698.129.919
	t	787.192	722.241	515.536	384.720	472.927	540.117
0207 24	EUR	–	–	–	44.104	–	–
	t	–	–	–	24	–	–
0207 25	EUR	210.997	24.042	259.366	456.438	518.818	851.644
	t	145	14	146	240	230	407
0207 27	EUR	36.496.679	26.253.875	32.580.134	47.755.733	65.844.357	57.716.377
	t	45.157	26.866	25.833	34.101	47.864	43.225
0207 33*	EUR	–	–	317	–	–	–
	t	–	–	0	–	–	–
0207 34*	EUR	5.084	–	–	–	–	–
	t	0	–	–	–	–	–
0207 35*	EUR	–	–	–	19.708	–	–
	t	–	–	–	24	–	–
0207 36*	EUR	279.900	339.424	357.527	816.270	–	–
	t	456	541	518	1.050	–	–
0207 42	EUR	–	–	–	–	3.439	25.991
	t	–	–	–	–	1	8
0207 45	EUR	–	–	–	–	404.835	324.086
	t	–	–	–	–	467	376

\* im aktuellen Warenverzeichnis nicht mehr vorhanden

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Nachdem Brasilien die USA, die über einen langen Zeitraum Chinas Hauptgeflügelieferant waren, im Jahr 2010 von der Spitzenposition ablöste, konnte diese Position hinsichtlich des Importwertes bis 2013 gehalten werden. Auch mengenmäßig importierte China von Brasilien bis 2012 das meiste Geflügelfleisch. 2013 konnten sich die USA, zumindest was die Menge betrifft, mit einem Marktanteil von 60 % wieder als wichtigster Lieferant etablieren. China bezog knapp 350.000 t Geflügelfleisch und Schlachtnebenerzeugnisse vom Geflügel aus den USA. Im Vergleich dazu wurden aus Brasilien knapp 200.000 t importiert (vgl. Tabelle 18). Aufgrund von Antidumping- und Antisubventionszöllen werden die Einfuhren aus den USA seit 2010 limitiert (Rabobank International, 2013).

**Tabelle 18: Chinas Top-3-Lieferländer von Geflügelfleisch**

	Land	Importwert EUR	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Wert	Importmenge t	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Menge
<b>2013</b>							
1.	Brasilien	366.485.560	-14%	48%	191.898	-17%	33%
2.	USA	314.559.767	49%	42%	348.151	57%	60%
3.	Argentinien	37.297.184	-42%	5%	23.767	-51%	4%
<b>2012</b>							
1.	Brasilien	426.968.367	0%	57%	230.298	-11%	44%
2.	USA	211.207.333	141%	28%	221.248	160%	42%
3.	Argentinien	64.499.807	-18%	9%	48.274	-16%	9%
<b>2011</b>							
1.	Brasilien	427.538.020	7%	68%	258.628	-9%	61%
2.	USA	87.706.272	-31%	14%	85.228	-21%	20%
3.	Argentinien	78.311.986	-55%	12%	57.165	-56%	14%
<b>2010</b>							
1.	Brasilien	399.342.841	1200%	55%	285.688	928%	53%
2.	Argentinien	172.790.501	161%	24%	129.927	90%	24%
3.	USA	127.024.846	-79%	17%	108.155	-83%	20%
<b>2009</b>							
1.	USA	593.182.294	8%	84%	639.023	4%	85%
2.	Argentinien	66.284.609	-59%	9%	68.440	-64%	9%
3.	Brasilien	30.726.602	41068%	4%	27.793	21165%	4%
<b>2008</b>							
1.	USA	551.263.096	23%	75%	611.599	14%	73%
2.	Argentinien	163.273.084	67%	22%	192.254	88%	23%
3.	Chile	15.765.263	521%	2%	18.528	354%	2%

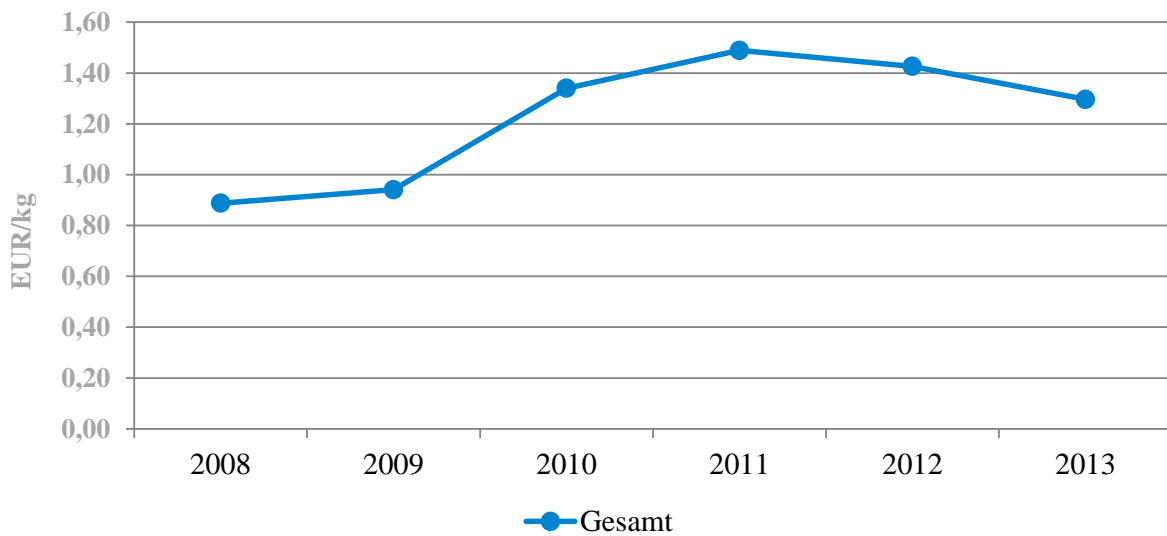
(HS 0207)

Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

Im Zeitraum von 2008 bis 2013 stieg der durchschnittliche Importpreis von 0,89 EUR/kg auf 1,30 EUR/kg um 0,40 EUR/kg an. Bis 2011 stieg der Preis bis auf über 1,40 EUR/kg an, fiel dann in den Folgejahren 2012/2013 wieder leicht ab (vgl. Abbildung 43).



**Abbildung 43: Durchschnittliche Importpreise für Geflügelfleisch**



(HS 0207)

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Tabelle 19 zeigt, dass im Jahr 2013 die Importpreise Chinas für brasilianisches und chilenisches Geflügelfleisch deutlich über dem durchschnittlichen Gesamtimportpreis liegen und doppelt so hoch sind wie der Importpreis Chinas für Geflügelfleisch aus den USA.

**Tabelle 19: Importpreise für Geflügelfleisch nach Lieferländern**

	Gesamt	Brasilien	USA	Argentinien	Chile
2013	1,30	1,91	0,90	1,57	1,87
2012	1,43	1,85	0,95	1,34	1,90
2011	1,49	1,65	1,03	1,37	1,71
2010	1,34	1,40	1,17	1,33	1,48
2009	0,94	1,11	0,93	0,97	1,07
2008	0,89	0,57	0,90	0,85	0,85

(HS 0207), Durchschnittspreise in EUR/kg

Quelle: United Nations (o. J.)

Derzeit hat Deutschland keine Erlaubnis, Geflügelfleisch oder Schlachterzeugnisse von Geflügel nach China zu exportieren. Es werden jedoch diesbezüglich Verhandlungen geführt.

*Fleischzubereitungen (HS 1601 und HS 1602)*

Der Konsum chinesischer Haushalte von verarbeiteten Lebensmitteln liegt bei 30 %. Das gesetzte Ziel von 50 % ist dementsprechend noch nicht erreicht (BMELV, 2013d). Trotz der Sicherheitsbedenken einiger Chinesen gegenüber verarbeiteten Fleischprodukten stiegen die Importe in den letzten Jahren kontinuierlich an. Von 2008 bis 2013 vervierfachte sich die Menge der Einfuhren von Zubereitungen aus Fleisch (HS 1601 und 10602) nach China. Von den Gesamtimporten von Fleischzubereitungen im Jahr 2013 entfiel ungefähr jeweils die Hälfte auf Würste und ähnliche Erzeugnisse aus Fleisch, Schlachtnebenerzeugnissen oder Blut; Lebensmittelerzeugnisse auf der Grundlage dieser Erzeugnisse (HS 1601) sowie auf Fleisch, Schlachtnebenerzeugnisse oder Blut, anders zubereitet oder haltbar gemacht (HS 1602). Von der letztgenannten Kategorie machten Produkte vom Schwein den größten Anteil aus (HS 1602 41, 1602 42, 1602 49) (vgl. Tabelle 20).

**Tabelle 20: Chinas Importe von Fleischzubereitungen**

Warennummer	Importwert / Importmenge	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>1601</b>	EUR	<b>246.532</b>	<b>759.325</b>	<b>1.974.348</b>	<b>2.245.647</b>	<b>3.233.115</b>	<b>2.008.706</b>
	t	<b>107</b>	<b>503</b>	<b>1.307</b>	<b>1.361</b>	<b>1.728</b>	<b>1.173</b>
160100	EUR	246.532	759.325	1.974.348	2.245.647	3.233.115	2.008.706
	t	107	503	1.307	1.361	1.728	1.173
<b>1602</b>	EUR	<b>3.514.121</b>	<b>1.281.853</b>	<b>2.640.919</b>	<b>2.975.207</b>	<b>3.315.047</b>	<b>3.988.865</b>
	t	<b>515</b>	<b>338</b>	<b>869</b>	<b>666</b>	<b>738</b>	<b>1.284</b>
160210	EUR	51.283	32.645	55.483	58.143	52.733	56.236
	t	15	8	6	6	6	6
160220	EUR	255.478	131.327	123.862	235.782	121.344	198.063
	t	17	5	7	14	2	12
160231	EUR	6.279	6.075	19.466	125.973	134.153	16.775
	t	3	1	10	59	50	1
160232	EUR	154.842	109.612	715.289	371.236	239.901	93.572
	t	60	35	329	108	51	17
160239	EUR	13.733	10.579	23.579	93.009	15.641	5.863
	t	5	5	5	19	2	1
160241	EUR	116.607	81.759	437.303	403.427	351.295	19.126
	t	17	7	19	32	22	1
160242	EUR	14.682	6.088	14.503	19.609	154.134	–
	t	2	1	1	1	6	–
160249	EUR	502.664	483.126	1.032.318	1.566.587	1.818.134	3.560.832
	t	174	145	424	415	493	1.236
160250	EUR	2.343.249	388.330	179.182	84.407	413.079	21.826
	t	181	116	57	9	103	9
160290	EUR	55.304	32.313	39.933	17.033	14.631	16.572
	t	43	16	11	2	4	3

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Im Zeitraum von 2008 bis 2012 war die USA Hauptlieferland Chinas für Fleischzubereitungen. Im Jahr 2013 wurden die USA von Korea abgelöst. Insgesamt waren Korea, die USA und Kanada die Top-3-Lieferländer für Fleischzubereitungen, die unter die Warennummer HS 1601 fallen. Dabei konnte Korea die Importe wertmäßig von knapp 250.000 EUR in 2012 auf fast 820.000 EUR in 2013 mehr als verdreifachen. Dies entspricht einer prozentualen Veränderung gegenüber dem Vorjahr von 232 %. Demgegenüber konnte Korea mengenmäßig eine prozentuale Veränderung gegenüber dem Vorjahr von 204 % aufweisen. Dies ließ die Importe aus den USA und Kanada wert- und mengenmäßig um etwa die Hälfte zurückgehen (vgl. Tabelle 21).

**Tabelle 21: Chinas Top-3-Lieferländer von Würsten und ähnlichen Fleischerzeugnissen**

	Land	Importwert EUR	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Wert	Importmenge t	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Menge
<b>2013</b>							
1.	Korea	819.831	232%	41%	425	204%	36%
2.	USA	817.947	-63%	41%	489	-55%	42%
3.	Kanada	334.124	-47%	17%	251	-47%	21%
<b>2012</b>							
1.	USA	2.200.115	21%	68%	1.086	-3%	63%
2.	Kanada	633.664	116%	20%	470	129%	27%
3.	Korea	246.640	877%	8%	140	1724%	8%
<b>2011</b>							
1.	USA	1.821.069	14%	81%	1.117	2%	82%
2.	Kanada	292.735	35%	13%	205	34%	15%
3.	andere asiatische Länder (nes)	34.631	292%	2%	6	1%	0%
<b>2010</b>							
1.	USA	1.591.433	141%	81%	1.091	131%	83%
2.	Kanada	217.376	–	11%	153	–	12%
3.	Japan	93.266	27%	5%	21	-1%	2%
<b>2009</b>							
1.	USA	661.225	372%	87%	472	520%	94%
2.	Japan	73.654	50%	10%	21	36%	4%
3.	Korea	11.949	79%	2%	6	24%	1%
<b>2008</b>							
1.	USA	140.209	10%	57%	76	-8%	71%
2.	Japan	49.083	6%	20%	15	3%	14%
3.	Deutschland	31.649	3161%	13%	5	1442%	5%

(HS 1601)

Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

Auch für Fleischzubereitungen der Warennummer HS 1602 zählen die USA seit 2008 zu den Top-3-Lieferländern Chinas. Mengen- und wertmäßig hat der Import von 2008 bis 2013 deutlich zugenommen. Der Importanteil hat sich dabei mengenmäßig knapp versechsfacht (von 163 t in 2008 auf 958 t in 2013) und wertmäßig verfünffacht (von knapp 450.000 EUR in 2008 auf 2,5 Mio. EUR in 2013) (vgl. Tabelle 22).

**Tabelle 22: Chinas Top-3-Lieferländer von haltbar gemachtem Fleisch**

	Land	Importwert in EUR	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Wert	Importmenge in t	Veränderung zum Vorjahr	Marktanteil nach Menge
<b>2013</b>							
1.	USA	2.506.039	97%	63%	958	181%	75%
2.	China*	562.095	152%	14%	138	210%	11%
3.	andere asiatische Länder (nes)	269.138	24%	7%	94	17%	7%
<b>2012</b>							
1.	USA	1.272.297	3%	38%	341	-11%	46%
2.	Brasilien	398.316	–	12%	97	–	13%
3.	Spanien	260.408	106%	8%	9	208%	1%
<b>2011</b>							
1.	USA	1.241.244	91%	42%	385	23%	58%
2.	andere asiatische Länder (nes)	656.871	17%	22%	155	10%	23%
3.	China*	220.607	-66%	7%	46	-84%	7%
<b>2010</b>							
1.	USA	649.038	272%	25%	312	641%	36%
2.	China*	645.754	632%	24%	291	569%	33%
3.	andere asiatische Länder (nes)	562.789	71%	21%	141	43%	16%
<b>2009</b>							
1.	Kasachstan	353.288	–	28%	106	–	31%
2.	andere asiatische Länder (nes)	329.476	8%	26%	98	-20%	29%
3.	USA	174.305	-61%	14%	42	-74%	12%
<b>2008</b>							
1.	Australien	2.267.070	691%	65%	141	521%	27%
2.	USA	449.895	-50%	13%	163	-52%	32%
3.	andere asiatische Länder (nes)	305.570	114%	9%	122	157%	24%

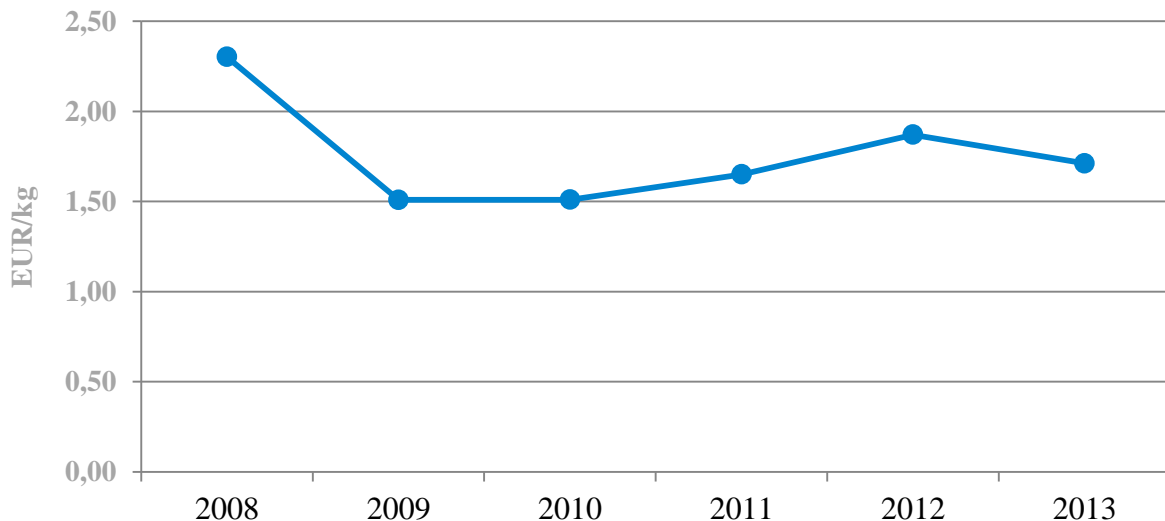
\* Re-Importe

(HS 1602)

Quelle: Eigene Berechnungen nach United Nations (o. J.)

Der durchschnittliche Gesamtimportpreis für Würste und ähnliche Erzeugnisse (HS 1601) sank in China im Zeitraum von 2008 bis 2013 von 2,30 EUR/kg auf 1,71 EUR/kg (vgl. Abbildung 44).

**Abbildung 44: Durchschnittliche Importpreise für Würste und ähnliche Erzeugnisse**



(HS 1601)

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Im Vergleich ausgewählter Länder, dargestellt in Tabelle 23, war der durchschnittliche Importpreis 2013 für Würste und ähnliche Erzeugnisse in China aus anderen asiatischen Ländern deutlich höher als der aus Korea, den USA und Kanada. Der Importpreis für Würste und ähnliche Erzeugnisse aus Kanada war mit 1,33 EUR/kg am geringsten.

**Tabelle 23: Importpreise für Würste und ähnliche Fleischerzeugnisse nach Lieferländern**

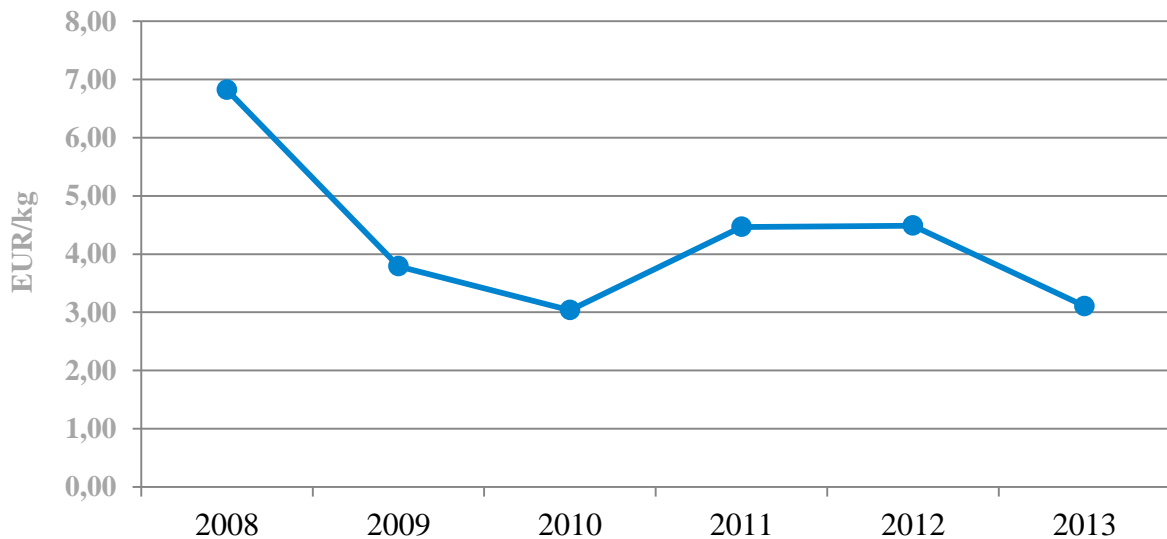
	<b>Gesamt</b>	<b>Korea</b>	<b>USA</b>	<b>Kanada</b>	<b>andere asiatische Länder</b>
2013	1,71	1,93	1,67	1,33	7,52
2012	1,87	1,76	2,03	1,35	4,69
2011	1,65	3,29	1,63	1,43	5,84
2010	1,51	2,76	1,46	1,42	1,50
2009	1,51	1,99	1,40	—	4,65
2008	2,30	1,38	1,84	—	8,00

(HS 1601), Durchschnittspreise in EUR/kg

Quelle: United Nations (o. J.)

Die durchschnittlichen Gesamtimportpreise für haltbar gemachtes Fleisch haben sich in China im Zeitraum von 2008 bis 2013 halbiert, von 6,82 EUR/kg auf 3,11 EUR/kg (vgl. Abbildung 45).

**Abbildung 45: Durchschnittliche Importpreise für haltbar gemachtes Fleisch**



(HS 1602)

Quelle: Eigene Darstellung nach United Nations (o. J.)

Im Vergleich ausgewählter Länder zeigt sich, dass 2013 die Preise für Re-Importe Chinas von haltbar gemachtem Fleisch deutlich über den Preisen aus den USA sowie anderen asiatischen Ländern liegen (vgl. Tabelle 24).

**Tabelle 24: Importpreise für haltbar gemachtes Fleisch nach Lieferländern**

	<b>Gesamt</b>	<b>USA</b>	<b>China</b>	<b>andere asiatische Länder</b>	<b>Korea</b>
2013	3,11	2,62	4,09	2,86	3,74
2012	4,49	3,73	5,04	2,70	4,39
2011	4,47	3,23	4,74	4,24	1,58
2010	3,04	2,08	2,22	3,99	3,44
2009	3,79	4,15	2,03	3,35	2,12
2008	6,82	2,76	0,98	2,50	2,95

(HS 1602), Durchschnittspreise in EUR/kg

Quelle: United Nations (o. J.)

Derzeit besteht zwischen Deutschland und China kein bilaterales Abkommen für den Export deutscher Fleischerzeugnisse und Wurstwaren. In den Außenhandelsstatistiken sind jedoch geringe Ausfuhren aus Deutschland von Waren der Warennummern 1601 und 1602 registriert. Bei diesen Ausfuhrmengen könnte es sich um Re-Exporte handeln, da grundsätzlich ein Export deutscher Fleischerzeugnisse und Wurstwaren nach China nicht möglich ist.

### **Expertenmeinung**

*Deutschland lässt sich ersetzen. Zum einen ist es bei Geflügel und zunehmend auch bei Schwein so, dass die Erzeugung in anderen Ländern (insbesondere USA und Brasilien) relativ schnell weiter ausgebaut werden kann. Zum anderen haben diese Länder auch keine Sorgen mit der Soja-Versorgung. In der Vergangenheit hat man gesehen, dass die Anpassung dieser und anderer Länder an andere, neue Marktbedingungen relativ schnell geht. Dadurch entsteht ein intensiver Konkurrenzkampf.*

### **Key Facts:**

- Der chinesische Markt öffnet sich zunehmend für importierte Waren aus dem Ausland. Allerdings bedarf der Handel mit China Geduld und administrativer Anstrengungen.
- Nur Schweinefleisch und Schlachtnebenerzeugnisse dürfen aus Deutschland nach China exportiert werden.
- Der Fleischimport erfuhr zwischen 2008 und 2013 ein extremes Wachstum. Deutschland ist sechstgrößter Fleischlieferant Chinas (stark divergierende Fleischsparten).
- Die von China importierte Menge von deutschem Schweinefleisch hat sich von 2010 bis 2013 verfünffacht. Hauptlieferprodukte sind Tiefkühlschinken und Schultern, die aufgrund der hohen Fleischpreise wettbewerbsfähig sind. Auch die importierten Schlachtnebenerzeugnisse vom Schwein aus Deutschland nahmen in den letzten Jahren stark zu.
- Derzeitig bestehen keine Verhandlungen zu bilateralen Abkommen zum Export von Rindfleisch.
- Gegenwärtig werden Verhandlungen zu bilateralen Abkommen zum Export von Geflügelfleisch sowie Fleisch- und Wurstwaren geführt.

## **5.2 Importbedingungen und -abwicklungen**

Der chinesische Markt wächst und ist nicht nur für deutsche Exporteure ein wichtiger Ziel- und Absatzmarkt mit großen Potenzialen. In den vergangenen Jahren hat China seine Handelsbarrieren erheblich abgebaut, dennoch gestaltet sich der Handel nicht nur für deutsche Unternehmen immer noch schwierig (BMEL, 2014). Die Überschneidungen von Zuständigkeiten und unterschiedlichen Interpretationen von Gesetzen in den chinesischen Verwaltungsbehörden, kurzfristige Änderungen der Anwenderpraxis sowie nicht transparente Prüfkriterien und Verfahren führen oftmals zu Verwirrung und Unsicherheit ausländischer Exporteure.

Die administrativen Zulassungs- und Genehmigungsverfahren sind in China in der Regel langwierig und teuer. Für importierte Waren gelten in der Volksrepublik zum Teil weitaus höhere Anforderungen als für Produkte der einheimischen Erzeugung. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen sollten daher sorgfältig prüfen, welche zeitlichen und finanziellen Investitionen zu tätigen sind, um die Erlaubnis für Einfuhren nach China zu erhalten (EU SME Centre, 2013a).

Die Wareneinfuhr in die Volksrepublik China ist streng geregelt, da nicht alle Produkte frei auf den Markt eingeführt werden dürfen. Grundsätzlich erfolgt eine Klassifizierung in die Kategorien verbotene Güter, beschränkte Güter und unbeschränkte Güter. Für verbotene Güter herrscht ein absolutes Einfuhrverbot. Dazu zählen beispielsweise Waffen oder Industrieabfälle und tödlich wirkende Gifte. Im Gegensatz dazu unterliegen beschränkte Güter bestimmten Lizenzen, Quoten und Zollkontingenten (z. B. gebrauchte mechanische und elektronische Produkte, Weizen, Mais, Zucker). Die meisten Produkte fallen unter die Kategorie der unbeschränkten Güter. Hierzu besteht ein automatisches Lizenzierungssystem des Ministry of Commerce (MOFCOM), das die Einfuhr der Güter überwacht (China Briefing, 2013a).

Importe von Fleisch und Fleischerzeugnissen unterliegen in China keinen Limitationen oder Quoten (Rabobank International, 2012). Um mit China in diesem Sektor handeln zu können, bedarf es jedoch bilateraler Abkommen. Ausschließlich Länder, die diese Verträge mit China unterzeichnet haben, dürfen Fleisch nach China exportieren. Die Verhandlungen der bilateralen Abkommen werden von den Regierungsmitgliedern der beteiligten Länder geführt und können sich über Jahre hinziehen. Während dieser Verhandlungen werden im Rahmen inten-



siver Auditierungsprozesse unter anderem die Lebensmittelgesetze und Vorschriften, die Strukturen des Tiergesundheitsdienstes, das Qualitätsmanagement, die Erkennung und Überwachung von Tierseuchen und die Abfallwirtschaft des Ausfuhrlandes überprüft. Sind alle Anforderungen erfüllt, werden ein sogenanntes „Protocol on veterinary and health requirements for meat to be exported to China“ sowie ein Export Health Certificate aufgesetzt und unterzeichnet. Weitere Informationen zum Verhandlungsprozess bilateraler Abkommen sind dem Leitfaden „Exporting meat products to China“<sup>3</sup> des EU SME Centre zu entnehmen (EU SME Centre, 2013a). Die Protokolle setzen die Rahmenbedingungen und die für den Export genehmigten Fleischprodukte fest. Die Mehrheit der bilateralen Abkommen zwischen China und EU-Mitgliedsstaaten, darunter auch Deutschland, bezieht sich auf den Handel mit Schweinefleisch und Schweinefleischprodukten. Lediglich Frankreich und Polen haben die Erlaubnis für den Export von Geflügel. Großbritannien und Irland führen derzeit Verhandlungen für den Rindfleischexport. Der Abschluss eines bilateralen Abkommens zwischen China und dem jeweiligen Ausfuhrland bedeutet nicht, dass automatisch alle Unternehmen des Ausfuhrlandes Fleisch nach China exportieren dürfen. Dazu bedarf es einer gesonderten Genehmigung und Unternehmensregistrierung (siehe Kapitel 5.3). Zwischen Deutschland und China besteht derzeit ein bilaterales Abkommen für den Export von Schweinefleisch.

### **Hintergrund: Bilaterales Abkommen**

Neben den allgemeinen Anforderungen an die Tiergesundheit, an die amtlichen Untersuchungen vor und nach der Schlachtung sowie an die Rückstandshöchstgehalte und die Unbedenklichkeit für den menschlichen Verzehr beinhaltet das bilaterale Abkommen gesonderte Vorschriften für Schlachtung, Lagerung, Transport und Kennzeichnung.

In den deutschen Schlacht- und Zerlegebetrieben, die eine Exporterlaubnis für Schweinefleisch nach China haben, dürfen gleichzeitig keine Schweine geschlachtet und zerlegt werden, die die Anforderungen an Ursprung, Herkunft und Gesundheitsstatus nicht erfüllen. Zudem dürfen die für China bestimmten Chargen nicht in Kühl- und Gefrierlagern gelagert werden, die den Anforderungen der Volksrepublik China nicht entsprechen. Die Kerntemperatur des Fleisches darf nicht über -18°C liegen. Hinsichtlich der Kennzeichnung haben deutsche

---

<sup>3</sup> [http://www.ccilc.pt/sites/default/files/eu\\_sme\\_centre\\_guideline\\_exporting\\_meat\\_products\\_to\\_china.pdf](http://www.ccilc.pt/sites/default/files/eu_sme_centre_guideline_exporting_meat_products_to_china.pdf).

Schweinefleischexporte den zusätzlichen Vermerk „Produkt nur für den Verkauf auf dem chinesischen Festland“ zu tragen (BMELV, 2010).

Generell haben importierte Lebensmittel den aktuellen Lebensmittelgesetzen, Richtlinien und nationalen Standards (GB = Guo Biao) in China zu entsprechen. Für den Import von Fleisch und Fleischerzeugnissen sind insbesondere die folgenden Vorschriften relevant (vgl. Tabelle 25).

**Tabelle 25: Lebensmittelgesetze, Richtlinien und Standards für den Fleischimport**

<b>Lebensmittelsicherheit:</b>	
Food Safety Law of the People's Republic of China	(Chinesisch) <a href="http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200903/146327461.pdf">http://www.fas.usda.gov/gainfiles/200903/146327461.pdf</a> (Englische Übersetzung)
<b>Import- und Exportgesetze / Vorschriften für Inspektionen und Quarantäne:</b>	
The Import and Export Commodity Inspection Law of the People's Republic of China and its implementing regulations	<a href="http://www.npc.gov.cn/englishnpc/Law/2007-12/12/content_1383913.htm">http://www.npc.gov.cn/englishnpc/Law/2007-12/12/content_1383913.htm</a> (Englische Übersetzung)
Regulation on Inspection and Quarantine of Entry-Exit Meat Products	<a href="http://www.aqsiqccc.com/en/news/news-3.html">http://www.aqsiqccc.com/en/news/news-3.html</a> (Englische Übersetzung)
Law of the People's Republic of China on the Entry and Exit Animal and Plant Quarantine	<a href="http://www.npc.gov.cn/englishnpc/Law/2007-12/12/content_1383874.htm">http://www.npc.gov.cn/englishnpc/Law/2007-12/12/content_1383874.htm</a> (Englische Übersetzung)
Law of the People's Republic of China on the Entry and Exit Health Quarantine	
Food Hygiene Law of the People's Republic of China	
Regulation on Registration for Foreign Establishments intended to Export Foods to China, Order No.16	<a href="http://www.cnca.gov.cn/rjwzcyjgb/bmgz/images/20061016/470.pdf">http://www.cnca.gov.cn/rjwzcyjgb/bmgz/images/20061016/470.pdf</a>
<b>Nationale Standards:</b>	
Hygienic Standard for Fresh (Frozen) Meat of Livestock GB 2707-2005	
Poultry National Standard GB 16869-2005	
Fresh and Frozen Pork Muscle Cuts Standard GB 9959-2-2001	
Fresh and Frozen Poultry Product Standard GB 16869-2000	
Fresh and Frozen Beef Cuts Standard GB/T 17238-2008	
Hygienic practice for meat processing establishments GB/T 20094-2006	
National Food Safety Standards for Uses of Food Additives GB	
General Rules for the Labelling of Prepackaged Foods GB 7718-2011	
<b>Zollgesetz:</b>	
Customs Law of the People's Republic of China	<a href="http://english.customs.gov.cn/publish/portal191/tab47812/info391083.htm">http://english.customs.gov.cn/publish/portal191/tab47812/info391083.htm</a>

Die nationalen Standards sind käuflich zu erwerben und meist nur in chinesischer Sprache verfügbar.

Die für den Import von Fleisch und Fleischerzeugnissen hauptsächlich verantwortlichen chinesischen Behörden sind die General Administration of Quality Supervision, Inspection and

Quarantine (AQSIQ) sowie die Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China (CNCA). Eine Übersicht über die zuständigen Behörden gibt Tabelle 26.

**Tabelle 26: Zuständige Behörden für den Fleischimport**

Behörde	Abkürzung	Website
General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine	AQSIQ	<a href="http://www.aqsiq.gov.cn/">http://www.aqsiq.gov.cn/</a>
China Inspection and Quarantine Services	CIQ	<a href="http://en.ciqcid.com/">http://en.ciqcid.com/</a>
Certification and Accreditation Administration of the People's Republic of China	CNCA	<a href="http://www.cnca.gov.cn/cnca/">http://www.cnca.gov.cn/cnca/</a>
Standardization Administration of China	SAC	<a href="http://www.sac.gov.cn/">http://www.sac.gov.cn/</a>
Ministry of Commerce of the People's Republic of China	MOFCOM	<a href="http://english.mofcom.gov.cn/">http://english.mofcom.gov.cn/</a>
Ministry of Health of the People's Republic of China	MOH	<a href="http://www.moh.gov.cn/">http://www.moh.gov.cn/</a>
State Food and Drug Administration	SFDA	<a href="http://eng.sfda.gov.cn/WS03/CL0755/">http://eng.sfda.gov.cn/WS03/CL0755/</a>
State Administration for Industry and Commerce of the People's Republic of China	SAIC	<a href="http://www.saic.gov.cn/english/">http://www.saic.gov.cn/english/</a>
General Administration of Customs of the People's Republic of China	GACC	<a href="http://english.customs.gov.cn/">http://english.customs.gov.cn/</a>

Für internationale bzw. deutsche Exporteure bestehen grundsätzlich zwei Möglichkeiten, auf dem chinesischen Markt aktiv zu werden:

- *Foreign Trade Operator:*

Bei dieser unmittelbaren Form der Direkteinfuhr und Distribution wickelt der Exporteur fast alles eigenständig ab. Um als Foreign Trade Operator tätig zu sein, ist die Gründung einer Foreign Invested Enterprise (FIE) in China notwendig. Diese muss zudem durch das Industry and Commerce Bureau bzw. das Department of Foreign Trade des Ministry of Commerce (MOFCOM) registriert und lizenziert werden, um geschäftstätig zu werden. Aufgrund der Komplexität des chinesischen Marktes wird diese Form insbesondere von kleinen und mittelständischen Unternehmen in der Regel nicht gewählt, daher wird hier auf eine detaillierte Beschreibung dieser Exportmöglichkeit verzichtet (EU SME Centre, 2012).

- *Foreign Exporter Producer:*

Der gängige Weg auf den chinesischen Markt erfolgt über Marktmittler wie Importeure, Importgesellschaften, Distributoren und Agenten. Um Ware über einen qualifizierten chinesischen Mittelsmann einzuführen, muss ein Vertrag zwischen diesem und dem deutschen Exporteur geschlossen werden (EU SME Centre, 2012). Weiterführende Informationen zu den unterschiedlichen intermediären Akteuren (Importeure, Distributoren, Agenten), zu Vertragsformen und Vertragsbestandteilen sowie zur Rechts-

sicherheit und zu dem Vorgehen bei Vertragsbrüchen bietet das „Branchenbuch Food China“<sup>4</sup> des BMELV aus dem Jahr 2013.

In China hat das sogenannte „Guanxi“, das persönliche Beziehungsnetzwerk zu Personen aus Politik und Wirtschaft, eine überaus hohe Bedeutung. Für deutsche Exporteure ist es daher eine grundlegende Voraussetzung, Teil eines solchen Netzwerkes zu werden und Beziehungen zu relevanten Importeuren, Agenten, Distributoren, Beamten und Kunden zu knüpfen. Dadurch können Komplikationen beim Import von vorneherein vermieden und im Problemfall vor Ort schneller gelöst werden. Der Aufbau eines solchen Beziehungsnetzwerkes in China bedarf häufig eines langen Atems und entsprechender Geduld, um auf beiden Seiten eine vertrauensvolle Basis für eine langfristige Geschäftsbeziehung zu schaffen. Ein chinesischer Mittelsmann ist mit Bedacht auszuwählen. Dem Vertragsabschluss sollte ein persönliches Kennenlernen, idealerweise vor Ort, vorangehen. Des Weiteren sollte geprüft werden, ob sich der ausgewählte Partner vor Ort in einer stabilen wirtschaftlichen Lage befindet, er Kenntnisse über den relevanten Markt besitzt sowie über ein starkes Netzwerk verfügt. Zudem sollte sichergestellt werden, dass der chinesische Partner alle notwendigen Lizenzen besitzt und den Weitervertrieb der Ware gewährleisten kann (BMELV, 2013b).

### **Hintergrund: Konvertierbarkeit der Währung**

International ausgerichteten Unternehmen stellt sich insbesondere beim Handel mit den BRIC<sup>5</sup>-Staaten das Problem nicht oder nur teilweise konvertierbarer Währungen. Das sich daraus ergebende Wechselkursrisiko muss von einem der Handelspartner übernommen werden. Der chinesische Renminbi entwickelt sich immer mehr zu einer der führenden Währungen. Aufgrund des wachsenden Handelsvolumens fakturieren mittlerweile auch viele deutsche Unternehmen in Renminbi. Mit der Übernahme des Kursschwankungsrisikos können deutsche Exporteure ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern: Dem chinesischen Handelspartner wird die Sicherung der Währung abgenommen und die eigene Preispolitik kann optimiert werden. Anfang 2014 verdoppelte die chinesische Zentralbank die Schwankungsbreite des Renminbi gegenüber dem US-Dollar auf 2 %. Die Volatilität und das Risiko der chinesischen Währung

---

<sup>4</sup> [http://www.agrarexportfoerderung.de/fileadmin/SITE\\_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/China-Branchenbuch-Food.pdf](http://www.agrarexportfoerderung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/China-Branchenbuch-Food.pdf).

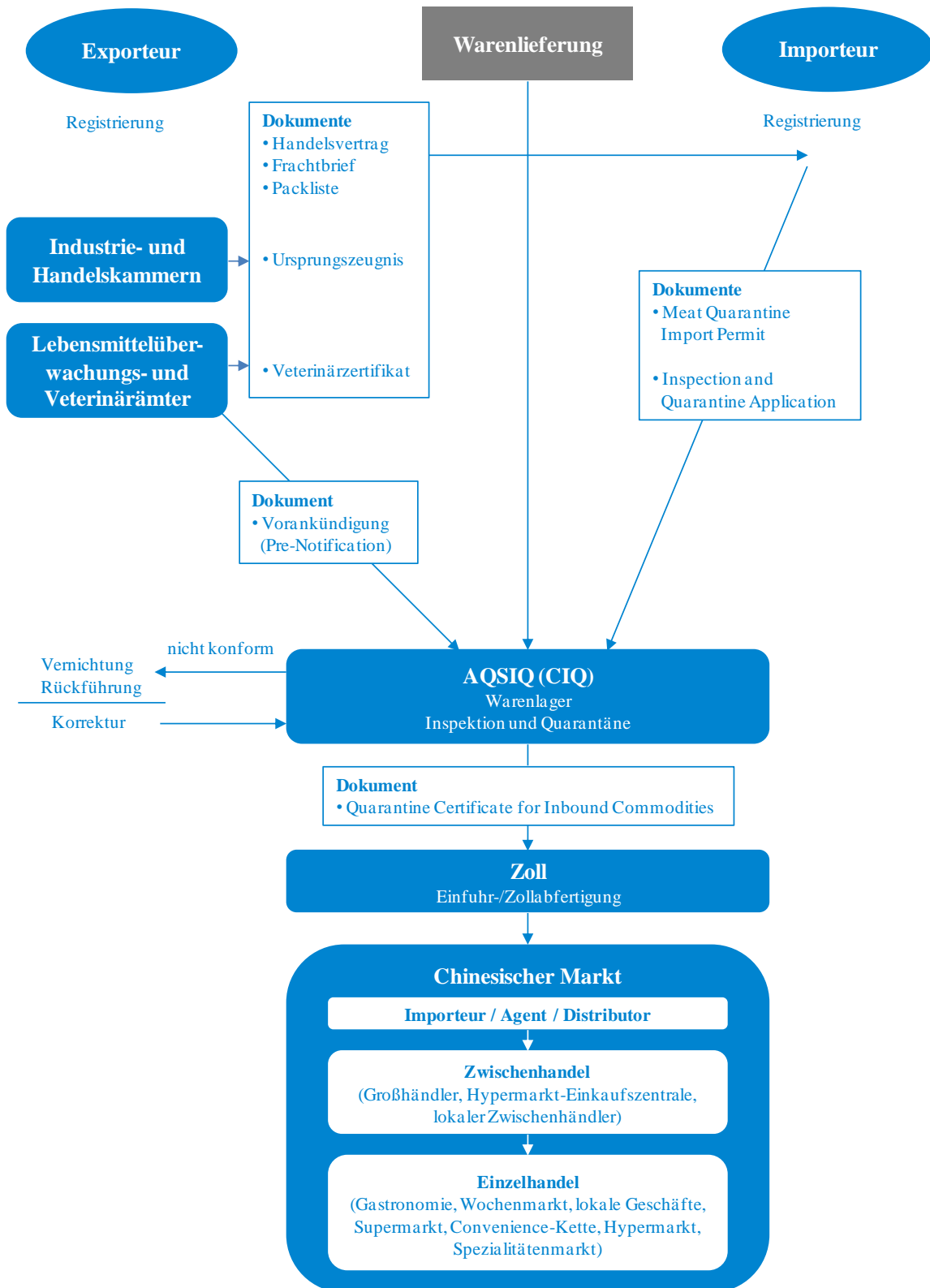
<sup>5</sup> **B**rasilien, **R**ussland, **I**ndien und **C**hina.

stiegen damit an. Auf den Außenhandel spezialisierte Finanzdienstleister haben unterschiedliche Lösungen zur Absicherung der chinesischen Währung entwickelt. Mit einfachen Terminkursfestschreibungen oder individuellen Optionsstrukturen können deutsche Exporteure von günstigen Kursentwicklungen profitieren. Weitere Möglichkeiten bieten Non Deliverable Forwards (NDF) oder Non Deliverable Options (NDO). Beim Abschluss eines NDF erfolgt der Handel des Währungsbetrags zum gültigen Tageskurs. Über eine Ausgleichszahlung wird die Sicherung des Kurses garantiert. Aus günstigen Kursentwicklungen zieht bei dieser Variante jedoch nur der Finanzdienstleister einen Nutzen. Im Falle von NDO zahlt das Unternehmen für eine Option auf einen definierten Wechselkurs eine Prämie an das Finanzinstitut. Das Unternehmen verpflichtet sich aber nicht, diese Option in Anspruch zu nehmen, sondern bei Fälligkeit zwischen Optionsbasispreis und Referenzkurs den für sich optimaleren Wert zu wählen (National Bank, 2012; Wolf/Volz, 2014).

### **5.3 Importablauf**

Sind die grundsätzlichen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen eines bilateralen Abkommens erfüllt sowie die Einhaltung der gesetzlichen Regelungen und Standards für den Export von Fleisch- und Fleischerzeugnissen gegeben, kann der eigentliche Importvorgang initiiert werden. Die folgende Abbildung 46 gibt einen grafischen Überblick über den gesamten Ablauf des Importprozesses und der anschließenden Vertriebswege bei Unterstützung eines lokalen chinesischen Marktmittlers. Es ist zu beachten, dass der im Folgenden beschriebene Verlauf des Importprozesses einen Idealverlauf darstellt. In der Regel sind sowohl das Zulassungsverfahren, als auch der Importprozess von unvorhersehbaren Schwierigkeiten geprägt, die sowohl die Dauer als auch die Kosten in die Höhe treiben und nicht unterschätzt werden sollten.

**Abbildung 46: Importprozess und Vertriebswege für importiertes Fleisch in China**



In Abhängigkeit der Warennummern (HS) oder in Fällen von Tierkrankheiten und Seuchen können weitere Dokumente für den Importprozess notwendig sein.

Quelle: Eigene Darstellung nach EU SME Centre (2013a) und BMELV (2013c)

Im Rahmen der Abwicklung des Importprozesses werden unterschiedliche Anforderungen an den ausländischen Exporteur und den chinesischen Importeur gestellt, die im Folgenden näher erläutert werden.

#### *Anforderungen an den ausländischen Exporteur*

Für internationale und damit auch deutsche Exporteure besteht die Pflicht, sich vor dem Export bei der General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the People's Republic of China (AQSIQ) bzw. der China National Accreditation Administration (CNCA) zu registrieren. Da die Registrierung und damit die Zulassung für den chinesischen Markt seitens der zuständigen Behörden in mehreren Schritten verläuft, ist dieser Prozess sehr langwierig und letztlich auch von der aktuellen Situation des chinesischen Marktes abhängig (BMEL, 2014). Nach optimistischen Angaben ist mindestens ein Jahr erforderlich, um die Zulassung zu erhalten. Der Prozess kann jederzeit durch unvorhergesehene Ereignisse, wie den plötzlichen Ausbruch von Tierseuchen, unterbrochen werden. Weiterhin haben politische Entscheidungen einen erheblichen Einfluss auf die Exportzulassung ausländischer Unternehmen. So schützt die chinesische Regierung beispielsweise bei Bedarf den heimischen Markt, indem keine neuen Zulassungen erteilt werden, auch wenn die erforderlichen Anträge bereits vorliegen. Auch wenn die Erschließung neuer Märkte für deutsche Unternehmen der Fleischwirtschaft notwendig ist, sollte der Export in Drittländer und insbesondere nach China aufgrund der schwierigen Bedingungen bei den Veterinärregelungen nicht unterschätzt werden. Anders als beim Handel mit EU-Ländern ergeben sich beim Handel mit China diverse Hindernisse. Für Unternehmen der deutschen Fleischwirtschaft ist es daher ratsam mit den Exportverbänden der deutschen Fleischwirtschaft zusammenzuarbeiten und diese in das Zulassungsprozedere mit einzubeziehen. Die Exportverbände bieten Unterstützung bei der Markterschließung und stellen eine Vielzahl an Informationen zu einzelnen Zielmärkten und den jeweiligen Importbedingungen zur Verfügung. Die folgenden Schritte zeigen wiederum einen Idealverlauf, bei dem es jederzeit zu unvorhersehbaren Verzögerungen und Hindernissen kommen kann.

- Zunächst muss der deutsche Fleischexporteur einen Antrag für den Export nach China stellen. Dieser zweisprachige Antrag (Chinesisch/Englisch) wird der lokalen Behörde<sup>6</sup> vorgelegt.
- Die lokale Behörde des Ausfuhrlandes prüft die Dokumente, führt eigene Untersuchungen zur Eignung des Exportunternehmens durch, trifft eine Vorauswahl der für den Export infrage kommenden Unternehmen und sendet die entsprechenden formalen Anträge an die CNCA.
- Ein Expertenausschuss der CNCA prüft die Betriebe auf Basis der eingereichten Anträge und entscheidet, welche der vorgeschlagenen Betriebe einer weiterführenden Vor-Ort-Inspektion unterzogen werden und benachrichtigt die lokale Behörde des Ausfuhrlandes darüber.
- Anschließend werden die ausgewählten Betriebe von einem Inspektorenteam der CNCA besichtigt und überprüft. Diese Überprüfung kann sich über mehrere Tage erstrecken.
- Der Expertenausschuss der CNCA entscheidet letztlich anhand der Prüfberichte des Inspektorenteams, ob die auditierten Betriebe eine Exportgenehmigung erhalten. Gegebenenfalls werden Änderungsmaßnahmen vorgeschlagen, die der Betrieb vornehmen kann, um allen Anforderungen zu entsprechen. Nach der Durchführung der Korrekturen wird eine erneute Inspektion durchgeführt. Dieser Vorgang kann den Zulassungsprozess auf unbestimmte Zeit verzögern.
- Bei erfolgreicher Zulassung des Betriebes erfolgt die Online-Registrierung in das Filing Management System for Imported Food Exporters or Agents Overseas: <http://ire.eciq.cn>. Dieser Online-Registrierungsprozess nimmt weder Wartezeit noch Gebühren in Anspruch. Auf der Seite ist ein Benutzerhandbuch (Exporters or Agents User Manual) hinterlegt, das die Registrierung schrittweise erklärt. Das Formular kann in englischer Sprache ausgefüllt werden, allerdings wird Chinesisch für Schritt 3 des Formulars verlangt. Hier werden Name, Adresse und Kontaktinformationen des chinesischen Handelspartners abgefragt. Sobald Exporteure registriert sind, sind sie dazu verpflichtet, Informationen über ihre aktuellen chinesischen Handelspartner zu liefern.

---

<sup>6</sup> Derzeit ist das Veterinärreferat des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) in Deutschland zuständig (Stand: Juli 2014).



Dies dient dem Zweck der Rückverfolgbarkeit jeder Lieferung. Im Anschluss an die Registrierung erhält der Exporteur eine Registrierungsnummer, die auf den Verpackungen der exportierenden Güter anzugeben ist. Die Registrierungsnummer ist vier Jahre gültig und kann ein Jahr vor Ablauf verlängert werden. Die Registrierung erfordert keine Wartezeiten oder Gebühren (EU SME Centre, 2013a; IHK Pfalz, o. J.).

### **Hintergrund: Zulassung für den Export von Schweinefleisch**

Die intensiven politischen Verhandlungen und ausführlichen Inspektionen deutscher Produktionsbetriebe, um die Zulassung für den direkten Export von Schweinefleisch in die Volksrepublik China zu erhalten, dauerten über vier Jahre. Das damals sechsköpfige Inspektorenteam der CNCA auditerte innerhalb einer zweiwöchigen Rundreise 25 deutsche Betriebe, von denen letztlich vier eine Zulassung erhielten (Westfleisch, 2010). Auch wenn zu diesen vier Unternehmen mittlerweile einige wenige dazugekommen sind, verdeutlicht dies die Schwierigkeiten, die mit der Exportzulassung verbunden sind.

Vom Exporteur wird erwartet, dass die Verpackungen der Lebensmittel, die er nach China einführt, den allgemeinen nationalen Richtlinien für Lebensmittelsicherheit des Landes entsprechen. Spezielle Anforderungen an die Verpackung für den Export von frischen und gefrorenen Fleischprodukten sind im Rahmen der General Order No. 136 der AQSIQ verankert (<http://www.aqsiqccc.com/en/news/news-3.html>). Gemäß Artikel XIV müssen Verpackungen für Fleisch und Fleischerzeugnisse die folgenden Punkte erfüllen:

- Innen- und Außenverpackung müssen aus unbedenklichen Materialien bestehen und dürfen keine Beschädigungen aufweisen.
- Auf Innen- und Außenverpackung müssen das Herkunftsland, der Produktname und die Registrierungsnummer des produzierenden Unternehmens vermerkt sein.
- Auf der Außenverpackung müssen zusätzlich Lebensmittelart, Ort der Produktion (Land, Bundesland, Stadt), das Zielland (People's Republic of China), das Produktionsdatum, das Haltbarkeitsdatum, Aufbewahrungshinweise (z. B. Temperatur für die Lagerung) sowie weitere notwendige Informationen vermerkt sein.

Holzverpackungsmaterialien müssen dem ISPM-Standard Nr. 15 entsprechen. Werden keine Holzverpackungsmaterialien verwendet, ist es laut EU SME Centre empfehlenswert, eine

Erklärung über die Holzfreiheit der Verpackungsmaterialien vorzulegen (EU SME Centre, 2013a).

Für die Kennzeichnung nach China importierter abgepackter Lebensmittel sind die General Rules for the Labelling of Prepacked Foods (GB 7718-2011) maßgeblich ([http://files.foodmate.com/2013/files\\_1654.html](http://files.foodmate.com/2013/files_1654.html)). Die Produkte sind bereits etikettiert nach China einzuführen. Die Kennzeichnung der importierten Ware wird in den chinesischen Einfuhrhäfen von dem jeweils zuständigen Quarantänebüro kontrolliert. Entspricht die Etikettierung nicht oder nur teilweise den Richtlinien, wird keine Erlaubnis für die Einfuhr erteilt. Gemäß den vergleichsweise hohen Anforderungen müssen abgepackte Lebensmittel insbesondere mit folgenden Informationen gekennzeichnet sein:

Außenverpackung (Chinesisch und Deutsch oder Chinesisch und Englisch)

- Produkt- und Markenname
- Lebensmittelart
- Ursprungsland
- Name und Adresse des Herstellers
- Lizenznummer des Herstellers
- Herstellungsdatum
- Mindesthaltbarkeitsdatum
- Verwendungs- und Aufbewahrungshinweise (Lagertemperatur)
- Potenzielle Allergene
- Zielland (People's Republic of China)
- Nettogewicht und Nettovolumen
- Produktionsstandard-Code
- Genusstauglichkeitskennzeichen
- Zutatenliste bzw. Inhaltsstoffe (absteigend nach Gewicht oder Volumen)
- Chargennummer

Innenverpackung (Chinesisch und/oder Englisch)

- Produktname
- Ursprungsland

- Lizenznummer des Herstellers
- Produktionsstandard-Code (USDA, 2014).

Bei deutschen Schweinefleischexporten sind Außen- und Innenverpackung zusätzlich mit dem Vermerk „Produkt nur für den Verkauf auf dem chinesischen Festland“ („Product Only for Sale in the Mainland of China“) zu versehen (BMELV, 2010).

Die AQSIQ fordert vom ausländischen Exporteur eine elektronische Anmeldung (sogenannte Pre-Notification) aller geplanten Fleisch- und Geflügelsendungen. Die Benachrichtigung einschließlich Veterinärzertifikat wird elektronisch übertragen und von der AQSIQ an die lokalen CIQ-Büros (China Inspection and Quarantine Services) in den entsprechenden Einfuhrhäfen weitergeleitet. Das Format der Pre-Notification wird in den bilateralen Abkommen festgelegt. Teilweise erfolgt diese Benachrichtigung automatisch (EU SME Centre, 2013a).

Dem lokalen chinesischen Importeur hat der ausländische Exporteur folgende Dokumente zur Verfügung zu stellen:

- Handelsvertrag
- Rechnung
- Packliste
- Frachtbrief
- Ursprungszeugnis

Beispiele für diese Dokumente können unter <http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm> eingesehen werden (EU SME Centre, 2013a).

### **Expertenmeinung**

*Deutsche Exporteure können einen Vorteil aus dem Überschuss an Containersendungen von China nach Europa bzw. Deutschland ziehen. Da die Container aus China nach der Warenlieferung wieder leer zurückkehren würden, können diese – zur Reduktion der Transportkosten – wieder beladen werden.*

Für deutsche Exporteure ist es insbesondere bei den ersten Warensendungen ratsam, alle Anforderungen hinsichtlich der erforderlichen Dokumente und Zertifizierungen sowie der Kennzeichnung von dem chinesischen Partner überprüfen und bestätigen zu lassen. Erfahrungsgemäß

mäß tauchen die meisten Hürden während der ersten Einfuhr auf. Aus diesem Grund sollten für den Erstimport mehrere Monate Vorlaufzeit eingeplant werden. Die Dauer und die Komplikationen nehmen jedoch mit zunehmender Routine ab (BMELV, 2013b). Derzeitig sind weniger als zehn deutsche Betriebe von den chinesischen Behörden erfolgreich auditiert sowie registriert und haben die Genehmigung, Schweinefleisch und Schweinefleischerzeugnisse nach China zu liefern.

### **Expertenmeinung**

*Lebensmittel und das Essen in Gesellschaft haben in China allgemein einen sehr hohen Stellenwert und auch der soziale Status wird darüber zum Ausdruck gebracht. Importierte Lebensmittel werden dabei häufig als höherwertig und sicherer im Vergleich zu heimischen Produkten gesehen. „Made in Germany“ bzw. das Deutschland-Image spielt nicht nur bei den Konsumenten eine Rolle. Auch chinesische Importeure haben eine gewisse Erwartungshaltung an deutsche Produkte. Um das positive Image nicht zu gefährden, ist es von Bedeutung, dass deutsche Exporteure diese Erwartungen, insbesondere an die Qualität der Produkte, erfüllen.*

### *Anforderungen an den Importeur*

- Das Unternehmen des lokalen Fleischimporteurs muss gemäß den chinesischen Rechtsvorschriften bei der State Administration for Industry and Commerce (SAIC) registriert und zugelassen sein. Diese Registrierung dauert 15 bis 30 Arbeitstage. Die Gebühren fallen abhängig vom gezeichneten Kapital des Unternehmens an.
- Weiterhin benötigt der chinesische Importeur eine Import und Export-Lizenz, die bestätigt, dass sein Unternehmen als Handelsunternehmen qualifiziert und registriert ist. Diese Lizenz wird vom Ministry of Commerce of the People's Republic of China (MOFCOM) ausgestellt (<http://www.ft.cq.cn/Uploadfile/200804071525401471.doc>). Die Erteilung der Lizenz erfordert 45 bis 60 Arbeitstage und ist gebührenfrei.
- Der Importeur muss eine gesonderte Einfuhrlizenz für Fleisch, die sogenannte Meat Quarantine Import Permit (MQIP), beantragen. Die Lizenz gibt den Gesamtwert und das Gesamtvolumen der Fleischlieferung an, die mehrere Container und/oder Sendungen umfassen kann, und ist für sechs Monate gültig. Die Ausstellung der Lizenz kann bis zu 30 Tage dauern.

- Zudem ist eine Zollanmeldung erforderlich, die belegt, dass sowohl Importeur als auch Exporteur bei der General Administration of Customs of the People's Republic of China (GACC oder auch China Customs) registriert sind (<http://www.customs.gov.cn/Default.aspx?Tabid=2556>). Hierfür sollten drei Arbeitstage eingeplant werden. Gebühren fallen auch hier nicht an.
- Ebenso wie der Exporteur muss sich auch der chinesische Importeur bei dem Filing Management System registrieren. Im Falle des Importeurs läuft die Registrierung über das Filing Management System for imported food consignee within borders (<http://ire.eciq.cn>). Die Anmeldung ist in der Regel frei von Wartezeiten und Gebühren.
- Letztlich benötigt der Importeur eine automatische Importlizenz, die die statistischen Informationen der entsprechenden Importgüter an das Ministry of Commerce (MOFCOM) weiterleitet. Eine automatische Importlizenz ist für die im Warenkatalog gelisteten Produkte der MOFCOM erforderlich (<http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/e/201212/20121208496384.html>) und nimmt ca. zehn Tage in Anspruch. Die Gebühr beträgt RMB 20 (EU SME Centre, 2013a).

### *Weiterer Importverlauf*

Fleisch und Fleischerzeugnisse dürfen nur über von der AQSIQ benannte CIQ-Büros nach China importiert werden, die ausreichend ausgestattet sind, um die Ware zu untersuchen, zu inspizieren und in Quarantäne zu nehmen. Die von der AQSIQ benannten Büros sind für die Inspektion und Quarantäne von importiertem Fleisch und Fleischerzeugnissen verantwortlich, um sicherzustellen, dass sie den verbindlichen Normen entsprechen. Insgesamt existieren 35 CIQ-Büros sowie 300 lokale Büros und 200 Zweigniederlassungen in den 31 Provinzen Chinas. Eine Liste der 44 Häfen, die von der AQSIQ für den Import von Fleisch zugelassen sind, ist [http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/zwgk/dzwyxspjyxk/spxz/201106/t20110607\\_186590.htm](http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/zwgk/dzwyxspjyxk/spxz/201106/t20110607_186590.htm) (Chinesisch) zu finden. Nach Ankunft der Fleischimporte in den Häfen werden diese in Kühllhäusern gelagert, die auch den spezifischen Anforderungen der AQSIQ entsprechen müssen. Von der AQSIQ autorisierte Lagerhäuser können online unter [http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/zwgk/dzwyxspjyxk/spxz/201106/t20110607\\_186593.htm](http://jckspaqj.aqsiq.gov.cn/zwgk/dzwyxspjyxk/spxz/201106/t20110607_186593.htm) (Chinesisch) abgerufen werden.

### **Hintergrund: Fleischimport nach Chongqing**

Im Dezember 2013 wurde der Hafen von Chongqing als erster Binnenhafen für Fleisch von der AQSIQ zugelassen. Fleischprodukte können demnach direkt nach Chongqing verschifft werden und müssen nicht über Küstenhäfen eingeführt werden. Die dadurch reduzierten Transportkosten werden die preisliche Wettbewerbsfähigkeit importierter Fleischprodukte weiterhin stärken (Scott/Jianping, 2014).

Ausnahmslos alle Fleischimporte werden einer Inspektion der CIQ unterzogen, die je nach Produkt unterschiedlich intensiv ausfallen kann. Der lokale Importeur stellt die erforderlichen Dokumente den CIQ zur Verfügung, die diese auf Vollständigkeit und Korrektheit prüfen. Wenn die Inspektions- und Quarantäneergebnisse positiv ausfallen und mit den Anforderungen einhergehen, stellt das lokale chinesische CIQ-Büro ein sogenanntes Quarantine Certificate for Inbound Commodities aus, das die Genehmigung für die Weiterverarbeitung, den Verkauf und die Verwendung erteilt. Werden bei der Inspektion Mängel festgestellt, verfassen die CIQ eine Mitteilung darüber, dass die Inspektions- und Quarantäneuntersuchungen es erfordern, die Produkte zurückzusenden oder zu vernichten. Bei geringfügigen Verstößen, die nicht die persönliche Sicherheit, Gesundheit oder Umwelt beeinflussen, wird unter Aufsicht des lokalen chinesischen Amtes eine Anpassung zugelassen, um die Mängel zu beseitigen. Anschließend findet eine erneute Inspektion statt. Wie oben bereits erwähnt, wird auch die Kennzeichnung der Ware hier kontrolliert. Wird die Kennzeichnung genehmigt, wird eine zwei Jahre gültige Bescheinigung der Überprüfung ausgehändigt. Aufgrund häufig auftretender Mängel bei der Kennzeichnung wird deutschen Exporteuren empfohlen, den Antrag auf Zulassung der Kennzeichnung vor der Einfuhr von dem chinesischen Importeur prüfen zu lassen.

Nach der Inspektion der Ware erfolgt die Zoll-Deklaration. Der Zoll gibt importierte Ware erst dann frei, wenn von der AQSIQ ein Freigabezertifikat ausgestellt wurde (EU SME Centre, 2013a; BMELV, 2013b).

Die Abfertigung der Fleischimporte in den chinesischen Häfen erfordert einen gewissen Zeitrahmen und für die einzelnen Bearbeitungsschritte fallen entsprechende Gebühren an. Die

folgende Abbildung 47 vermittelt einen Überblick über die erforderliche Zeit sowie die anfallenden Kosten am Beispiel des Hafens von Qingdao:

**Abbildung 47: Zeit- und Kostenaufwand für die Abfertigung von Fleischimporten**

Noch bevor die Lieferung den chinesischen Importhafen erreicht, erhält der lokale Importeur die vollständigen Unterlagen und setzt das Inspektionsverfahren in Gang, um die Marktfreigabe zu beschleunigen. Dies dauert in der Regel ein bis zwei Tage.

Erreicht die Ware den Hafen von Qingdao, wird der folgende Prozess bis zur Freigabe durchlaufen:

Nach Ankunft der Lieferung werden die Container auf dem Hafengelände von Qingdao gelagert.

1. Commodity inspection (Wareninspektion)..... RMB 200 / BL

Der lokale Importeur übermittelt die Fleischimporte an Kühl- und Lagerhäuser, die vom CIQ-Büro in Qingdao autorisiert sind.

2. Inspektionsgebühr (Quarantine inspection fee)..... 0,8 % des Warengesamtwerts

Der lokale Importeur erhält vom Transportunternehmen einen Lieferschein (delivery order), nachdem die anfallenden Gebühren und Abgaben gezahlt wurden. Dies dauert in der Regel ein bis zwei Tage.

3. Lieferschein (Delivery order)..... RMB 300 - 350 / BL  
 4. Terminalumschlaggebühr (Terminal handling charge)..... RMB 1280 / 40 RF  
 5. Dokumentationsgebühr (Documentation fee)..... RMB 100 - 400 / BL  
 6. Bearbeitungsgebühr (Handling charge)..... RMB 200 - 400 / 40 RF  
 7. Technische Bearbeitungsgebühr (Mechanical fee)..... RMB 100 - 200 / 40 RF

Der lokale Importeur sendet den Lieferschein und andere Dokumente an den Zoll, damit die Zollabfertigung beginnen kann. Dies dauert in der Regel drei bis fünf Tage.

8. Zollanmeldung (Customs declaration)..... RMB 200 / BL  
 9. Einfuhrzoll (Import tariffs)..... % des CIF Preises

Der lokale Importeur zahlt die Hafengebühren und übernimmt die Lieferung. Dies dauert in der Regel einen Tag.

10. Hafengebühr (Port charge)..... RMB 500 / 40 RF + Lagergebühren  
 11. Gebühr für die Kühlanlagen (Refrigeration charge)..... RMB 600 / 40 RF (für fünf Tage) + RMB 100 / 40 RF für jeden weiteren Tag

Der leere Container wird zurück an die Transportfirma im Hafen geliefert. Dies dauert in der Regel zwei Tage.

12. Zustellgebühren (Delivery)..... nach Aufwand  
 13. Vermittlungsgebühren (Inspection agency fee)..... RMB 300 / BL  
 14. Bearbeitungsgebühr (Handling charge)..... RMB 200 / BL  
 15. Lagerkosten (Storage charges), Standgebühren (Demurrage charges),  
 Wartungsgebühr des Containers (Container maintenance fee), Endreinigungskosten  
 (Cleaning fee)..... nach Aufwand

Die Gebühren für den Importeur betragen ca. 1,5 % des Wertes des Lieferumfangs (mind. 250 US-Dollar).

Letztlich wird die Ware an den Importeur freigegeben.

Anmerkungen:  
 RMB = Renminbi; BL = Bill of lading (Frachtbrief); RF = Refrigerated (reefer) container (Kühlcontainer)  
 CIF = Cost, Insurance and Freight (Preis der Ware inkl. Versicherung und Fracht)  
 Der Kosten- und Zeitrahmen kann je nach Importhafen und importiertem Produkt variieren.

(Beispielhafen Qingdao)

Quelle: Eigene Darstellung nach EU SME Centre (2013a)

Lebensmittelimporteure müssen die Einfuhr- und Distributionsunterlagen von Fleisch und Fleischerzeugnissen für mindestens zwei Jahre verwahren. (EU SME Centre, 2013a).

### **Hintergrund: Importverhalten**

Das chinesische Importverhalten wird insbesondere von drei Faktoren beeinflusst:

- ▶ Tierkrankheiten und Epidemien
- ▶ Preisentwicklungen im Inland
- ▶ Politische Rahmenbedingungen

### *Vertriebskanäle*

China verfügt über eine Vielzahl von Importhäfen, über die die eingeführte Ware in das Land gelangt. Importierte Waren, die für Nordchina bestimmt sind, werden in der Regel über die Häfen Tianjin, Qingdao, Dalian und Qinhuangdao eingeführt. Die für Ostchina bestimmte Ware landet in den Häfen von Shanghai und Ningbo, die für Südchina insbesondere in Shenzhen und Xiamen (BMELV, 2013b). Es ist zu beachten, dass sich der Zeit- und Kostenaufwand von Hafen zu Hafen unterscheiden kann. Bei wiederholter Einfuhr über die gleichen chinesischen Hafen- und Kontrollstellen kann sich die benötigte Zeit für das Einfuhrverfahren aufgrund der Routine reduzieren (EU SME Centre, 2013a).

Die Distribution von importiertem Fleisch auf dem chinesischen Markt ist stark fragmentiert, wodurch eine flächendeckende Ausbreitung meist wenig nachhaltig ist. Es bestehen überwiegend dezentrale und verzweigte Strukturen aus Importgesellschaften, Agenten, Distributoren und Sub-Distributoren, die von einem starken Wettbewerb und kleinen Gewinnmargen geprägt sind. Insbesondere abseits der dichtbesiedelten Regionen an der Ostküste gelangt die Ware erst über mehrere Zwischenhändler an den Endverbraucher. Auch aufgrund dieser verflochtenen und unübersichtlichen Strukturen der Vertriebskanäle ist es für Exporteure ratsam, einen markt- und ortskundigen lokalen Mittelsmann in den Prozess einzubinden. Häufig besitzen große umsatzstarke Distributoren auch eine Importlizenz, sodass weitere Sub-Distributoren nicht erforderlich sind. Im Vergleich sind Händler des Lebensmittelsektors häufig mit guten finanziellen Mitteln, ausreichenden Lager- und Transportkapazitäten sowie einer guten Infrastruktur ausgestattet. Bei importierten Fleischerzeugnissen legen die chinesischen



Importeure und Distributoren insbesondere Wert auf Qualität und Lebensmittelsicherheit (BMELV, 2013b).

Die Verkäufe importierter Lebensmittel finden vorwiegend, d. h. in 80 % der Fälle, über Marktmittler wie Distributoren, Agenten oder Importeure statt. Dabei kaufen und verkaufen Distributoren die Ware, Agenten arbeiten auf Provisionsbasis und Importeure sind hauptsächlich für die Wareneinfuhr zuständig. Aufgrund der geografischen Gegebenheiten in China – bezogen auf die Flächengröße und damit die Entfernungen – ist es ratsam, mehrere Marktmittler zu beschäftigen. Deshalb sollten im Vorfeld Überlegungen hinsichtlich der Festlegung auf eine Region und einen Marktmittler oder auf mehrere Regionen mit mehreren Marktmittlern angestellt werden. Kontakt zu Vertriebspartnern für einen Zugang zu verschiedenen Handelswegen und Regionen kann am besten auf Messen (vgl. Kapitel 6.1) aufgenommen werden (BMELV, 2013c).

Importierte Lebensmittel werden in China überwiegend in der Gastronomie, d. h. in Bars, Cafés, Restaurants und Hotels, konsumiert. Dominiert wird die Gastronomiebranche von Restaurants (72 % Marktanteil) und Fast-Food-Ketten wie Yum! Foods, McDonald's und Dicos (25 % Marktanteil) (BMELV, 2013b). Westlich orientierte Restaurants, die sich ursprünglich an Expatriates<sup>7</sup> richteten, haben mittlerweile hauptsächlich chinesische Gäste. Der HoReCa-Bereich ist dementsprechend auch für deutsche Fleischexporteure ein wichtiger Absatzkanal. Importlebensmittel werden von der Gastronomie in der Regel vom Großhandel bezogen. Hier hat der Metro-Konzern im Vergleich zu anderen internationalen Großhändlern das größte Sortiment an importierten Produkten (EU SME Centre, 2013b).

Im Lebensmitteleinzelhandel haben importierte Lebensmittel die größten Absatzchancen sowohl in Hypermärkten als auch in Spezialitäten-Supermärkten. Das Management internationaler Hypermärkte (z. B. Carrefour, Lotus, Metro) ist allgemein mit importierten Marken und Produkten vertraut und erkennt den Mehrwert, den die Einführung eines neuen Produktes mit sich bringt. Hypermärkte arbeiten bevorzugt mit ihnen bekannten Distributoren zusammen. Spezialitäten-Supermärkte wurden, wie auch die westlich orientierten Restaurants, in erster

---

<sup>7</sup> Als Expatriates werden Fachkräfte eines international agierenden Unternehmens bezeichnet, die vorübergehend in einer ausländischen Niederlassung des Unternehmens tätig sind.

Linie für Expatriates eröffnet. Aber auch sie gewinnen zunehmend an Beliebtheit bei den chinesischen Konsumenten, insbesondere bei der gehobenen Mittelschicht. Einige dieser spezialisierten Supermärkte haben eigene Import- und Distributionsabteilungen, die die Produkte direkt von den ausländischen Anbietern beziehen (EU SME Centre, 2013b).

Herkömmliche Supermärkte haben in China mit 44 % den größten Marktanteil im Lebensmittel Einzelhandel (BMELV, 2013b). Der Supermarkt-Sektor wird von chinesischen Marktakteuren dominiert, ist stark fragmentiert und regionalspezifisch. Importierte Lebensmittel findet man relativ selten in den Sortimenten von lokalen Supermärkten. Dies liegt auch darin begründet, dass das Hauptklientel preissensible Konsumenten der Arbeiterklasse sind, die weniger dazu neigen auch einmal neue Produkte auszuprobieren. Die Mehrheit der lokalen Supermärkte bezieht ihre Waren von lokalen Herstellern und Distributoren, selten bei Importeuren direkt (EU SME Centre, 2013b).

Einen weiteren Vertriebskanal stellen in China die Convenience-Ketten dar. Auch hier findet man eher selten importierte Lebensmittel. Bedingt durch die sehr begrenzte Regal- und Lagerfläche nehmen Convenience-Ketten vorzugsweise kleine Verpackungen in ihr Sortiment auf, was bei Importprodukten teilweise nur schwer umzusetzen ist. Internationale Player wie z. B. 7-Eleven oder Family mart führen jedoch zunehmend auch importierte Produkte ein (EU SME Centre, 2013b).

**Tabelle 27: Die wichtigsten Einzelhandelsunternehmen Chinas 2012**

Unternehmen	Besitz	Geschäftssparte	Filialen	Umsatz in Mrd. EUR
<b>Chinesische Unternehmen</b>				
Lianhua	China (staatlich)	Supermarkt/Hypermarkt/Convenience	5.221	8,4
Wumart	China (privat)	Supermarkt/Convenience	409	4,1
Nongongshang	China (staatlich)	Supermarkt/Hypermarkt/Convenience	3.374	3,7
Yonghui			204	2,5
China Resources Vanguard	China (staatlich)	Supermarkt/Hypermarkt/Convenience	3.977	10,2
<b>Multinationale Unternehmen</b>				
RT Mart	Frankreich	Hypermarkt	185	7,6
Carrefour	Frankreich	Hypermarkt	203	5,6
Wal-Mart	USA	Hypermarkt	271	5,3
Metro	Deutschland	Hypermarkt	54	1,7
Tesco	Vereinigtes Königreich	Hypermarkt	121	2,2
Auchan	Frankreich	Hypermarkt	45	1,6
Lotus	Thailand	Hypermarkt/Convenience	52	1,2

Quelle: Eigene Darstellung nach EU SME Centre (2013b)

Aufgrund der weltweit größten Population an Internet-Nutzern, wächst in China der Verkauf von Lebensmitteln über Online-Shops schnell. Von den Top-100-Einzelhandelsketten hatten Ende 2011 bereits 59 Unternehmen einen Online-Shop eröffnet (EU SME Centre, 2013b).

Die Rahmenbedingungen für den Import unterliegen einem ständigen Wandel. Aus diesem Grund wird deutschen Exporteuren empfohlen, sich regelmäßig über Veränderungen zu informieren. Zudem sollten aktuelle Informationen und Bekanntmachungen der chinesischen Behörden regelmäßig verfolgt werden, um über den aktuellen Stand von nicht autorisierten Import-/Exportunternehmen informiert zu sein und gegebenenfalls rechtzeitig von Grenzschließungen oder erforderlichen Zusatzzertifikaten aufgrund von Epidemien und Seuchen zu erfahren. Risikowarnungen und nicht autorisierte Importeure können unter <http://english.aqsiq.gov.cn/SpecialTopics/ImportandExportFoodSafety/DataService/> abgerufen werden (EU SME Centre, 2013a).

#### **5.4 Zollbestimmungen**

Bei der Wareneinfuhr in die Volksrepublik China ist von ausländischen Exporteuren auch hinsichtlich des Zolls eine Vielzahl von Vorschriften und Regelungen zu beachten. Maßgeblich ist das Customs Law of the People's Republic of China (<http://english.customs.gov.cn/publish/portal191/tab47812/info391083.htm>).

Importe müssen unmittelbar angemeldet werden und innerhalb von 14 Tagen ist ein Antrag auf ein Zollverfahren zu stellen. Der Zollanmeldung sind grundsätzlich folgende Dokumente beizulegen: Kaufvertrag, Frachtbrief, Handelsrechnung (zweifach) und Packliste (GTAI, 2012).

Für Güter, die von Mitgliedern der Welthandelsorganisation (WTO) nach China importiert werden, gelten sogenannte Meistbegünstigungszollsätze (Most Favored Nation (MFN)). Diese sind niedriger als die allgemein gültigen Zollsätze, die China für Produkte erhebt, die nicht von WTO-Mitgliedsländern geliefert werden, die eine unbekannte Herkunft haben oder die nicht durch andere Abkommen und Verträge zolltariflich begünstigt werden (China Briefing, 2013b).

Die Zollabgaben werden jährlich im China Tariff Schedule festgelegt, der nach dem internationalen Harmonisierten System zur Bezeichnung und Codierung von Waren (HS) gegliedert ist. Als Bemessungsgrundlage der Zölle dient der Wert der eingeführten Ware (i. d. R. der CIF-Wert) oder die Stückzahl. Die Zolltarife können kostenlos in der Market Access Database der EU online abgerufen werden (<http://madb.europa.eu/madb/indexPubli.htm>). Für Fleischimporte variiert der Mindestbegünstigungszollsatz je nach Produkt zwischen 12 % und 25 %.

Neben den Zöllen unterliegen importierte Güter, ebenso wie einheimische Produkte, in China der Mehrwertsteuer (value added tax (VAT)). Bemessungsgrundlage für die Mehrwertsteuer ist der verzollte Wert der Ware plus weitere Steuern und Abgaben. Der allgemeine Mehrwertsteuersatz beträgt 17 %. Fleischprodukte unterliegen jedoch einem ermäßigten Steuersatz von 13 %. Die Mehrwertsteuer ist am Tag der Verzollung zu entrichten. Die auf importierte Produkte erhobene Vorsteuer kann von der Ausgangsmehrwertsteuer abgezogen werden, wenn die Ware auf dem chinesischen Markt verkauft wird (China Briefing, 2013b).

Für die Zollabfertigung der Ware fällt eine Bearbeitungsgebühr in Höhe von durchschnittlich 0,4 % des Zollwertes an. Für tariflich zollfreie Waren werden 1,5 % des Warenwertes für die Abfertigungsgebühr erhoben. Bemessungsgrundlage hierfür ist in der Regel auch der CIF-Wert (GTAI, 2012).

Die Ergebnisse einer Befragung deutscher Exporteure zeigen, dass die Anforderungen und Vorschriften des chinesischen Zolls schwer verständlich und dementsprechend auch nicht einfach einzuhalten sind. Hinzu kommt, dass die Anwenderpraxis und die Durchsetzungstreue der Vorschriften von Zollstelle zu Zollstelle unterschiedlich sein können. Die wahrgenommene Willkür der chinesischen Behörden wird daher als große Handelsbarriere gesehen (BMELV, 2013c). Vor diesem Hintergrund ist es für deutsche Exporteure ratsam, sich frühzeitig über die Anforderungen des Zolls sowie die zu entrichtenden Abgaben zu informieren, um Verzögerungen und möglichen Zusatzkosten vorzubeugen (GTAI, 2012).

**Key Facts:**

- Der Handel mit Fleisch bedarf eines bilateralen Abkommens. Dieses Abkommen autorisiert allerdings deutsche Unternehmen nicht automatisch, Fleischwaren nach China zu exportieren. Es bedarf eines Registrierungsprozesses auf Unternehmensebene.
- Die chinesische Regierung hat bereits Handelsbarrieren abgebaut, dennoch sind bürokratische Prozesse und Sachlagen zum Teil unklar und behördliche Entscheidungen wirken willkürlich.
- Für deutsche Exporteure ist es unerlässlich, chinesische Kontaktpersonen in den Exportprozess einzubinden. Diese müssen mit Bedacht gewählt werden, da sie ein belastbares Beziehungsnetzwerk hinsichtlich Handel, Logistik, Regierung und Wirtschaft vorweisen sollten. Außerdem sollte die geografische Größe des Landes berücksichtigt werden, so dass es eventuell erforderlich ist, mehrere chinesische Kontaktpersonen in den Exportprozess zu involvieren.
- Die Vertriebskanäle auf dem chinesischen Fleischmarkt sind verflochten und unübersichtlich. Eine zentrale Distributionsstruktur ist nicht vorhanden.
- Die Importregularien und Bedingungen unterliegen einem stetigen Wandel. Sie zu beobachten und zu prüfen ist für den erfolgreichen Exportprozess dringend erforderlich.

## 6 Adressmaterial

### 6.1 Messen

Nr.	Messenname	Website	Zeitraum	Intervall	Zielgruppe	Aussteller	Besucher	Anmerkung
1	FCE China	<a href="http://www.fcechina.net/">http://www.fcechina.net/</a>	08.- 10.04.2014	Jährlich	Händler, Distributoren, Supermärkte, Cafés, Bars, Hotelketten und Caterings	400	19.000	Ansprechpartner: Peng Chen
2	World-Meat-Congress	<a href="http://www.worldmeatcongress2014.com">www.worldmeatcongress2014.com</a>	14.- 16.06.2014	Alle zwei Jahre	Fachbesucher und Privatbesucher der Fleischindustrie	800	40.000	
3	CIMIE, China International Meat Industry Exhibition	<a href="http://www.cimie.com/en/">http://www.cimie.com/en/</a>	17. - 19.06.2014	Jährlich	Fachbesucher und Privatbesucher der Fleischindustrie	800	40.000	Teil des World Meat Congress vom 14.-16.-06.2014
4	Agriculture & Food Expo Harbin	<a href="http://www.harbin-agri-expo.com">www.harbin-agri-expo.com</a>	11.- 14.09.2014	Jährlich	Landwirte, landwirtschaftliche Ministerien, Lebensmittelhersteller, -händler, -importeure und -exporteure, Hotels, Restaurants, Endverbraucher	1.500	60.000	Ansprechpartner: Mr Max Miao
5	CFE, China Food Expo	<a href="http://en.cfe.org.cn/">http://en.cfe.org.cn/</a>	19.- 21.09.2014	Jährlich	Fachbesucher aus der Nahrungs- und Getränkeindustrie	3.042	182.000	
6	HCI, Internationale Ausstellung für Reformkost und gesunde Ernährung	<a href="http://www.hciexpo.com">www.hciexpo.com</a>	19.- 21.09.2014	Jährlich	Distributoren, Supermärkte, Drogerien, Einzelhändler	350	15.000	Ansprechpartner: Fiona Liang
7	IOF, Internationale Ausstellung für Biolebensmittel	<a href="http://www.iofexpo.com">www.iofexpo.com</a>	19.- 21.09.2014	Jährlich	Distributoren, Supermärkte, Drogerien, Einzelhändler	350	15.000	
8	CATF, China Agricultural Trade Fair	<a href="http://www.regalland.com/chinaagradefair/">www.regalland.com/chinaagradefair/</a>	27.- 30.10.2014	Jährlich	Fachbesucher aus den Bereichen der landwirtschaftlichen Industrie, Im- und Exporteure sowie Händler landwirtschaftlicher Produkte	500		
9	FHC, Food and Hotel China	<a href="http://www.fhcchina.com">www.fhcchina.com</a>	12. - 14.11.2014	Jährlich	Lebensmittelimporteure, -exporteure, -distributoren, -verarbeiter und -verpacker, Supermärkte, Hotels, Restaurants, Regierung und Handelsverbände	1.800	33.900	Ansprechpartner: Ms. Lily Zhu / Ms. Becky Sun
10	Meat China, Unterkategorie der FHC	<a href="http://www.meatchinaatfhc.com/en/index.asp">http://www.meatchinaatfhc.com/en/index.asp</a>	12.- 14.11.2014	Jährlich	Fachbesucher aus der Fleischindustrie	2.000	26.188	Ansprechpartner: Gladys Lui
11	China International Organic Food Industry Expo	<a href="http://en.gnfexpo.com/">http://en.gnfexpo.com/</a>	20.- 22.11.2014	Jährlich	Fachbesucher aus den Branchen Getränke, Bioprodukte, Nahrungsmittel und Verpackung	663 (9th Exhibition)	40.900 (9th Exhibition)	Ansprechpartner: Wendy
12	CIMC, China International Meat Conference	<a href="http://www.worldoffoodbeijing.com/Conference_Meat.asp?Menu=ChildMenu8">http://www.worldoffoodbeijing.com/Conference_Meat.asp?Menu=ChildMenu8</a>	26.- 27.11.2014	Jährlich	aus- und inländische Zulieferer, Im- und Exporteure, Einzelhändler und Supermärkte aus dem Bereich Fleischhandel	(Teil der World of Food)	(Teil der World of Food)	Ansprechpartner: Ms. Shao Wen

Nr.	Messenname	Website	Zeitraum	Intervall	Zielgruppe	Aussteller	Besucher	Anmerkung
13	World of Food Beijing	www.worldoffoodbeijing.com	26. - 28.11.2014	Jährlich	Fachbesucher aus den Branchen Hotelbedarf, Restaurantbedarf, Nahrungsmittel, Genussmittel, Getränke; vo allem für Nordchina	6.777	155.000	Findet jährlich zusammen mit der CIDF und der CMIC statt; Ansprechpartner: Ryan Lam
14	SIAL	http://www.sialchina.com/	06.- 08.05.2015	Jährlich	Fachbesucher aus den Branchen Backwaren, Getränke, Lebensmittel, Nahrungsmittel, Spirituosen, Süßwaren und Wein	2.157	41.304	Ansprechpartner: Ms Miki WU
15	HOFEX	www.hofex.com	06.- 09.05.2015	Alle zwei Jahre	Fachbesucher aus den Branchen Backwaren, Getränke, Lebensmittel, Nahrungsmittel, Spirituosen, Süßwaren und Wein	1.900	37.817	
16	BIOfach China	www.biofachchina.com	28.- 30.05.2015	Jährlich	Fachbesucher aus den Bereichen Einzelhandel, Großhandel, Export, Herstellung, Agrar, Dienstleistung vorwiegend im Nahrungsmittelsektor	300	16.000	"Symposium of Chinese Organic Regulations and Import" findet im Begleitprogramm statt; Ansprechpartner: Ms. Tracy Feng
17	CIPFE, Beijing International Import Food Expo 2014	www.cipfe.com	03.- 05.06.2015	Jährlich	Fachbesucher, internationale Nahrungsmittelzulieferer	300		
18	IFE, International Food Exhibition & Guangzhou Import Food Exhibition	http://www.ifechina.com/	04.- 06.06.2015	Jährlich	Lebensmittelimporteure, -verarbeiter und- packer, Fachpersonal aus der Getränkeindustrie und dem Bereich Reformkost	1.000	30.000	findet zusammen mit der CINHOE statt

## 6.2 Fachpresse

Nr.	Name	Website	Veröffentlichungen pro Jahr	Zielgruppe	Leseranzahl
1	Asia Pacific Food Industry	www.apfoodonline.com	k.A.	Personen der Lebensmittelindustrie mit Interesse an der Forschung, innovativen Technologien, Gesundheits- und Ernährungstrends sowie Marktanalysen	25.000
2	China Food Manufacturing Journal	k.A.	12	Fachpublikum aus der Lebensmittel- und Getränkeindustrie	63.400
3	FleischWirtschaft China	http://www.dfv.de/portfolio/medien/FleischWirtschaft-International-China-104	4	Fachpublikum aus der Fleischwirtschaft	6.000
4	Food Pacific Manufacturing Journal, China	www.foodpacific.com/en/about.asp	8	Fachpublikum aus der Lebensmittel- und Getränkeindustrie	63.400
5	International Food & Beverage Ingredients News for China	k.A.	6	Fachpublikum aus der Lebensmittel- und Getränkeindustrie	51.020
6	Meat Industry	http://mall.cnki.net/magazine/magalist/RLGY.htm	12	Fachpublikum aus der Fleischwirtschaft	k.A.

## 6.3 Importeure

Nr.	Firmenname	Anschrift	Provinz	Stadt	Telefon	Fax	E-Mail	Website	Hauptprodukte	Tierart
1	Beijing Bo Long Fu Hai International Trading Co., Ltd.	126 South Fourth Ring Road We Noble Centre (NoDe ZhongXin) Bldg. 2, Rm. 2206-07 Fengtai District	Peking	100070 Peking	0086 10 5286 5015	0086 10 6303 3909	lambbeef@bjblfh.com	www.blhffoods.com	Fleisch	Rind, Schaf, Schwein
2	Beijing Zhongguang Weiye Import & Export Co., Ltd.	Room 1-4-1201 Caijing Centre Chaoyang Street 69 Chaoyang District	Peking	Peking	0086 10 51388 333	0086 10 51388 210	sunway@sunway001.com	www.sunway001.com	Fleisch	k.A.
3	Centralkey	Room 708 Bldg. 1 West Third Ring Road 21 Haidian District	Beijing	Beijing	0086 10 5248 2752	0086 10 6840 3300	info@centralkey.cn	www.centralkey.cn	Fleisch	k.A.
4	Chunhua Frozen Foods	Yinjian Guo Road 8 Fanyu District	Guangdong	511400 Guangzhou	0086 20 3561-0	k.A.	k.A.	k.A.	Fleisch	k.A.
5	COFCO Meat	8F, COFCO Fortune Plaza, No.8, Chao Yang Men South St., Chao Yang Distric	Beijing	100020 Beijing	0086 10 65286410	0086 10 65278636	fanjj@cofco.com	www.cofco-joycome.com	Fleisch	Geflügel, Rind, Schwein
6	Dacheng Food (Dalian) Co., Ltd.	Tianma Street 26 Paotai Development Zone Liaoning Province	Liaoning	Dalian	0086 411 8273 6208	k.A.	guang_yu@dachan.com.cn	www.dfa3999.com	Fleisch	k.A.
7	Dalian Fushen International Trading Co., Ltd.	Room 1020 City Ginza Shanghai Street 42 Zhongshan District	Liaoning	Dalian	0086 411 825633 88	0086 411 825633 00	bornnyqu@hotmail.com	www.dlfortuneintl.com/po rtlets/index/index.jsp?menu =m enu-1	Fleisch	k.A.
8	Dalian Yingke Jingmao Development Co., Ltd.	Mingze Jie no. 27 Zhongshan District	Liaoning	116001 Dalian	0086 411 8230 0609	k.A.	doc@dlelite.com	www.dlelite.21food.cn	Fleisch	Rind, Schaf
9	PMI	XianLie Zhong Road 73	Guangdong	510095 Guangzhou	0086 20 8710 1388	0086 20 8710 1333	can@pmifoods.com	www.pmifoods.com		
10	ReSource	G1/6th F Pudian Road 438 Pudong District	Shanghai	200122 Shanghai	0086 21 6165 9301	0086 21 6367 3303	annali999@sh- resource.com.cn taofei@sh-resource.com.cn	www.sh-resource.com.cn	Fleisch	k.A.
11	Shanghai Da Wan International Trading Co. Ltd	Building A, Room 1601, No. 1518, Minsheng Road, Pu Dong District	Shanghai	200135 Shanghai	008621 51087888	008621 51087879	jackfung@vip.163.com	www.maoyi.da-wan.com	Fleisch	Geflügel, Rind, Schwein
12	Shanghai Foodstuffs	8-17th F; Yuhang Tower Sichuan East Road 525	Shanghai	200085 Shanghai	0086 21 6321 6233	0086 21 6329 1730	sfiec@tpsha.gov.cn	www.shfiec.com	Lebensmittel	k.A.



Nr.	Firmenname	Anschrift	Provinz	Stadt	Telefon	Fax	E-Mail	Website	Hauptprodukte	Tierart
13	Shenzhen KLD (KaiLiDi) Industry & Commerce Ltd.	Zhuo Yue Dasha, Room 604 No. 98 FuHua Yi Rd. Futian District	Guangdong	Shenzhen	0086 755 8287 8131	0086 755 8287 71	sz.kld@163.com	k.A.	Fleisch	k.A.
14	Shenzhen Mengkai Industry Co., Ltd.	Room 2902 Shenfang Place Renmin South Street Luohu District	Guangdong	Shenzhen	0086 755 82934 226	0086 755 82934 130	207964@qq.com	k.A.	Fleisch	Geflügel, Schwein
15	Shenzhen QingHuiDa ImpExp Company	HuaFeng Dasha 2306 XinZhou Guangchang XinZhou Rd. Futian District	Guangdong	Shenzhen	0086 755830 61428	0086 755 830 88255	info@chafederal.cn	www.chafederal.cn	Fleisch	Geflügel, Rind, Schaf, Schwein
16	Tianjin Foodstuff Import & Export Co., Ltd.	Datong Street 20 Heping District	Tianjin	Tianjin	0086 22 2330 2727	0086 22 2330 3170	tjeuro@163.com	www.tianfood.com	Fleisch, Getränke, Milchprodukte, Süßwaren	k.A.
17	Wilson Foods	Room 801 Tower D4 Huicai Road 38 Tianhe District	Guangdong	Guangzhou	00852 3678 0888	00852 2413 6255	info@wilsonfoods.com.hk	wilsonfoods.com.hk	Fleisch, Getränke, Milchprodukte, Süßwaren	k.A.
18	Wuxi Tianpeng Import & Export Co., Ltd.	Tianpeng Food & Seafood City 8-9 Room 341 Tongsha Street 88 A Chongan District	Jiangsu	Wuxi	0086 510 8236 3088	0086 510 8310 6468	tpspsc@163.com	www.cffm.com/tjcknyyx gs/index.html	Fleisch, Milchprodukte	k.A.
19	Yuntown Food	C 501'; Zhangjiabang Road 88 Pudong District	Shanghai	200122 Shanghai	0086 21 38868 8296	0086 21 3868 8298	info@yuntown.com.cn	www.yuntown.com.cn	Fleisch	Geflügel, Rind, Schaf, Schwein

## 6.4 Lebensmittelindustrie

Nr.	Firmenname	Anschrift	Provinz	Stadt	Telefon	Fax	E-Mail	Website	Hauptprodukte	Tierart
1	Beijing Shunxin Agriculture Co., Ltd. Pengcheng Food Branch	No.42 of North Faxin Part South of Shunsha Road South Faxin Town, Shunyi District	Beijing	101300 Beijing	0086 1069474053	0086 1069471791	pengchengbj2008@163.com	www.xpengcheng.com	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	k.A.
2	Beijing Zhuo Chen Animal Husbandry Co., Ltd.	Houzhuang Village Liangxiang County	Beijing	102400 Fangshan District	0086 10 8035 7068	0086 10 8035 7028	k.A.	www.zhuochen.com.cn	Tierhaltung, Schlachtung	Rind
3	COFCO	8 F 10-12 COFCO Fulinmen Tower Chaoyangmen South Avenue 8 Chaoyang District	Beijing	100020 Beijing	0086 10 8500 5331	0086 10 8562 3500	cofco-news@cofco.com	www.cofco-joycome.com	Lebensmittel, Getränke	k.A.
4	Delicious Group Co., Ltd.	Delicious Industrial Park	Shandong	262212 Zhucheng City	0086 536 6339999	0086 536 6339080	k.A.	www.delisi.com.cn	Fleischverarbeitung	Schwein
5	Fortune Ng Fung Food (Hebei) Co., LTD	No. 12 Huaguan Street Yanjiao Economic & Techn Dev Zn Snh Cty	Hebei	65201 Langfang	0086 1061595607	0086 10 61595618	k.A.	www.fucheng.net	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Rind

Nr.	Firmenname	Anschrift	Provinz	Stadt	Telefon	Fax	E-Mail	Website	Hauptprodukte	Tierart
6	Guangdong Shuanghui Wen 's Food Co.,Ltd	k.A.	Guangdong	k.A.	0086 766 2291526	k.A.	cs@wens.com.cn	www.wens.com.cn	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	k.A.
7	Heilongjiang Zhengda Industrial Co.,Ltd.	Limin Economy Developing Zone Hulan	Heilongjiang	0451 Harbin	0086 45157356155	k.A.	k.A.	k.A.	Fleischverarbeitung	Geflügel
8	Henan Beixu Group Co., Ltd.	Beixu Industrial Park Linying	Henan	462600 Luohe City	0086 3958166053	0086 3958166053	beixujt@163.com	www.beixujt.cn	Fleischverarbeitung	k.A.
9	Henan Huaying Poultry Group	No. 308 of Yuejin East Road	Henan	465150 Huangchuan County	0086 3763119888	0086 3763931030	k.A.	www.hua-ying.com	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Geflügel
10	Henan Luohe Shuanghui Industry Group Co., Ltd.	No. 1 of Shuanghui Road	Henan	462003 Luohe	0086 395 2622616	0086 395 2623398	shouhou@shuanghui.net	www.shuanghui.com.cn	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Geflügel, Schwein
11	Henan Shuanghui Investment & Development Co., Ltd	No. 1, Shuanghui Mansion	Henan	462000 Luohe	0086 395 2676158	0086 395 2693259	k.A.	www.shuanghui.net	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	k.A.
12	Henan Zhongpin Food Industrial Co., Ltd.	No. 828 of Changshe Middle Road	Henan	461500 Changge	0086 374 6216316	0086 374 6227818	zhongpin@zhongpin.com	www.zhongpin.com	Fleischverarbeitung	k.A.
13	Hunan Dong'an Jixiang Food Co., Ltd.	Industrial Park Economic Development Zone	Hunan	425900 Dong'an County	0086 746 4238966	0086 746 4234996	k.A.	www.dajxsp.com	Fleischverarbeitung	k.A.
14	Inner Mongolia Prairie Xingfa Co., Ltd	Grass Xingfa Mansion Yuanbaoshan Dist.	Chifeng	24076 Chifeng	0086 4763514285	k.A.	k.A.	k.A.	Schlachtung und -verarbeitung	Geflügel
15	Jiangxi Fengcheng Huaying Poultry Co., Ltd.	No. 108, Jiannan Rd., Fengcheng	Jiangxi	331100 Yichun City	0086 795 6281198	0086 795 6281198	k.A.	k.A.	Fleischkonserven	k.A.
16	Jilin Changchun Haoyue Halal Meat Co., Ltd.	No. 11111 of Haoyue Street	Jilin	130013 Changchun	0086 431 87958614	0086 431 87951255	chinahaoyue@126.com	www.china-haoyue.com	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Rind, Schaf
17	Jilin Deda Co. ,Ltd.	102 National Highway	Jilin	130300 Dehui	0086 431 8720 1082	0086 431 8720 1017	k.A.	www.cpfchinajl.com	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Geflügel
18	LinyiXincheng Jinkuo Meat Product Co., Ltd.	Bancheng Town Lanshan District	Shandong	276036 Linyi	0086 539 2977999	0086 539 2977788	jinkuo@jinkuo.com.cn	www.jinkuo.com.cn	Fleischprodukte	k.A.
19	Nanjing Yurun Food Co., Ltd.	10 Yurun Road Jianye District	Jiangsu	210041 Nanjing	0086 256663 8888	k.A.	ir@yurun.com.hk	www.yurun.com.hk	Fleischverarbeitung	Schwein
20	Qingdao Nine-Alliance Group Co., Ltd.	Shanghai West Road Laixi	Shandong	266611 Qingdao	0086 532 87469977	0086 532 87469977	k.A.	www.qdjiulian.com	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Geflügel
21	Shandong Fengxiang (Group) Co., Ltd.	Fengxiang Industrial Park	Shandong	252325 Yanggu County	0086 635 6779260	0086 635 6779261	xs2078@163.com	www.fengxiang.com	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Geflügel
22	Shanghai Fuxi Food Co., Ltd.	Industry City, No. 58 Chenbao Rd. Malu Town Jiading District	Shanghai	201801 Shanghai City	0086 21 69153558	0086 21 59153886	k.A.	www.osigroup.com.cn	Fleischverarbeitung	k.A.
23	Shanxi Pingyao Beef Group Co., Ltd.	No. 23 Zhongdu Rd. Pingyao County	Shanxi	31100 Jinzhong City	0086 354 5690291	0086 354 5690291	k.A.	k.A.	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Rind
24	Shenyang Huamei Livestock and Poultry Co., Ltd.	No. 25, Xinglong Road Huishan Agricultural High-Tech Development	Liaoning	110164 Shenyang	0086 24 88041232	0086 2488041754	k.A.	k.A.	Schlachtung und Verarbeitung	Geflügel
25	Sichuan Gaojin Xiangda Food Co., Ltd.	Chuaxin Industrial Park	Sichuan	629000 Suining City	0086 8252659010	0086825-2659006	k.A.	www.gaojin.cn	Fleischverarbeitung	k.A.
26	Sichuan Meining Industry Group Food Co., Ltd.	No. 228, Kaishan East Rd. Chuanshan District	Sichuan	629000 Suining City	0086 825 2635329	0086 825 2632209	k.A.	www.meining.cn	Fleischkonserven	k.A.

Nr.	Firmenname	Anschrift	Provinz	Stadt	Telefon	Fax	E-Mail	Website	Hauptprodukte	Tierart
27	Sichuan Ziyang Sihai Development Industrial Co.	Industrial Park, Maan Road	Sichuan	641300 Ziyang	0086 832 6128065	0086 832 6550006	k.A.	www.sihagroup.cn	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	k.A.
28	Tangyin Yongda Muslim Food Co., Ltd.	Wuli Village, Chengguan Town	Henan	456150 Tangyin	0086 372 6239599	k.A.	k.A.	k.A.	Fleischverarbeitung	k.A.
29	Tongliao Jinluo Food Co., Ltd.	Mingren Street, Khorchin	Inner Mongolia	28000 Tongliao City	0086 475 2299288	00864 752 299555	k.A.	k.A.	Schlachtung und Fleischverarbeitung	Schwein
30	Xiamen Gulong Food Co., Ltd.	No. 1666, Tongji Middle Rd.	Fujian	361100 Xiamen City	0086 592 7396680	0086 592 7396620	xm-gulong@163.com	www.xiamengulong.com	Fleischkonserven	k.A.
31	Zhonghong Sanrong Livestock & Poultry Co., Ltd.	No. 35 Songhe Ave., Pencheng, I Hebei		63500 Tangshan	0086 315 4165352	k.A.	k.A.	k.A.	Tierhaltung, Schlachtung, Verarbeitung	Geflügel
32	Zhucheng Foreign Trade Co., Ltd.	Mizhou Road East	Shandong	262200 Zhucheng	0086 536 6063672	0086 536 6051092	k.A.	www.zcwm.com	Fleischverarbeitung	k.A.

## **7 Ableitung von Chancen deutscher Exporteure**

Im Rahmen der Marktstudie der Fleischmärkte für Rind-, Schweine- und Geflügelfleisch in China konnten unterschiedlichen Chancen bzw. Potenziale für den Absatz deutscher Exportprodukte identifiziert werden. Diese werden im Folgenden dargestellt.

### **1. Wachsender Fleischmarkt in China**

Die Entwicklungen Chinas in den letzten Jahren sowie Prognosen zur zukünftigen Weiterentwicklung des chinesischen (Fleisch-)Marktes weisen hohe Absatzpotenziale auf – auch für ausländische Unternehmen. Gestiegene Einkommen, eine zunehmende Verstädterung, veränderte Ernährungsgewohnheiten, der Abbau von Handelsbarrieren und insbesondere der stark wachsende Fleischkonsum eröffnen neue Möglichkeiten auf dem chinesischen Fleischmarkt. Diese Entwicklungen sollten deutsche Fleischexporteure für sich nutzen. Vor allem vor dem Hintergrund der rückläufigen Entwicklungen des deutschen Fleischkonsums der letzten Jahre ist es umso wichtiger, neue Märkte zu erschließen. Langfristig ist die Wachstumsgeschwindigkeit der chinesischen Fleischindustrie ein wesentlicher Faktor, inwieweit das Land entweder seine Selbstversorgung mit Fleisch aufrechterhalten kann oder sich zu einem noch größeren Fleischimporteur entwickelt.

### **2. Ausbau der Exportmöglichkeiten auf dem chinesischen Schweinefleischmarkt**

Die formalen Rahmenbedingungen für den Export von Schweinefleisch nach China sind für deutsche Exporteure gegeben. Dennoch sind es nur wenige deutsche Schweinefleischunternehmen, die ihre Erzeugnisse nach China exportieren. Hier gilt es weitere Zulassungen von deutschen Betrieben zu ermöglichen und voranzutreiben. Um die Potenziale des chinesischen Schweinefleischmarktes weiter zu nutzen ist eine Ausweitung der Produktpalette erstrebenswert. Auch sollte der chinesische Markt für Schweinefleischerzeugnisse und Wurstwaren geöffnet werden.

Auch Innereien und Schlachtnebenerzeugnisse finden in China einen steigenden Absatz. Deutschland hat in diesem Bereich einen Selbstversorgungsgrad von über 1.000 %. China ist nicht nur für Deutschland ein wichtiger Abnehmer für Innereien und Schlachtnebenerzeugnisse. Dieses Potenzial des chinesischen Marktes sollte weiter ausgebaut werden. Trotz zunehmender Verwestlichung Chinas ist nicht davon auszugehen, dass sich das Konsumverhalten

der chinesischen Bevölkerung in diesem Punkt in den kommenden Jahren drastisch verändern wird.

### **3. Konzentration der Exportmöglichkeiten auf dem chinesischen Rindfleischmarkt**

Trotz des relativ geringen Anteils, den Rindfleisch am gesamten Fleischkonsum in China einnimmt, zeigt dieser Sektor ein vergleichsweise starkes Wachstum. Zudem ist die Intensivierung und Konsolidierung des chinesischen Rindfleischsektors noch nicht so weit fortgeschritten wie im Schweine- und Geflügelsektor und bietet daher größere Potenziale, Marktanteile zu gewinnen. Insbesondere der HoReCa-Bereich ist Abnehmer für Rindfleisch, wodurch sich auch Chancen im Premiumbereich eröffnen können. Hier sollten die politischen Rahmenbedingungen geschaffen werden, die den Export von Rindfleisch auch für deutsche Exporteure ermöglichen.

### **4. Zulassungsverfahren für den Export von Geflügel vorantreiben**

Derzeit werden Gespräche bezüglich eines bilateralen Abkommens für den Export von Geflügel geführt. Hier gilt es für deutsche Geflügelfleischproduzenten konsequent die Entwicklungen und Verhandlungen voranzutreiben, Kontakte zu chinesischen Akteuren des Geflügelsektors zu knüpfen bzw. bestehende Kontakte zu pflegen und möglicherweise bereits betriebsinterne Vorbereitungen zu treffen. Eine Zulassung für Geflügelexporte ist auch hinsichtlich der zu beobachtenden gegenseitigen Substitutionseffekte von Schweine- und Geflügelfleisch erstrebenswert.

### **5. Nutzung des Qualitätsmerkmals „Made in Germany“ und Sicherstellung der damit verbundenen Attribute**

Importierten Lebensmitteln wird seitens der chinesischen Konsumenten häufig eine höhere Qualität und Sicherheit zugesprochen. Dies ist auch für deutsche Produkte von Vorteil. Deutsche Produkte haben ein positives Image und eine gewisse Strahlkraft, auch im Lebensmittel-sektor. Dementsprechend haben auch chinesische Importeure eine höhere Erwartungshaltung an die Qualität deutscher Lieferungen, die nicht enttäuscht werden sollte. Daher ist es wichtig, Produkte hoher Qualität zu exportieren, da auch die Kaufentscheidung der chinesischen Konsumenten beim Kauf von Importprodukten stets mit der Erwartung höherer Standards bei Produktion und Lebensmittelsicherheit verbunden ist. Befragungen unter der chinesischen

Bevölkerung ergaben, dass nur 10 % vollständig auf die Sicherheit der heimischen Lebensmittelprodukte vertrauen.

## **6. Beobachtung des chinesischen Importverhaltens**

Das Importverhalten Chinas wird im Wesentlichen von folgenden Faktoren bestimmt: Tierkrankheiten und Epidemien, Preisentwicklungen im Inland und politische Rahmenbedingungen. Diese Determinanten sind kontinuierlich zu beobachten, da sie auch den internationalen Wettbewerb mit anderen Lieferländern beeinflussen. Aber nicht nur die genannten Einflussfaktoren, sondern auch die oft berichtete Willkür chinesischer Behörden kann zu Problemen bei der Wareneinfuhr nach China führen. Deutsche Exporteure sollten daher immer auf unvorhersehbare Importverbote oder -stopps vorbereitet sein. Politische Entscheidungen der chinesischen Regierung wie etwa Importbeschränkungen (z. B. Ractopamin in den USA) oder Importverbote (z. B. verhängte Embargos aufgrund von Tierseuchen) können das internationale Wettbewerbsfeld erheblich beeinflussen bzw. die Wettbewerbsfähigkeit der betroffenen Länder schwächen und die anderer stärken. Daher sollte an allen möglichen Stellen, sowohl in den Betrieben als auch auf nationaler Ebene, darauf geachtet werden, die Verbreitung bzw. den Ausbruch von Tierseuchen zu verhindern.

## **7. Markenaufbau stärken**

Die Chinesen haben ein starkes Markenbewusstsein, jedoch eine geringe Loyalität gegenüber den einzelnen Marken. Für auf dem chinesischen Markt vertriebene Fleischprodukte sollten exportierende Unternehmen Internetauftritte und andere Kommunikationskanäle spezifisch für die chinesische Zielgruppe erstellen. Damit kann das Vertrauen der Kunden erhöht werden.

## **8. Zielgruppen und Zielregionen analysieren**

Der chinesische Markt ist sowohl hinsichtlich des Alters und des Status der Konsumenten als auch hinsichtlich der verschiedenen Regionen stark fragmentiert. Deutsche Exporteure sollten China nicht als einen Gesamtabsatzmarkt betrachten, sondern vielmehr einerseits die Zielgruppe, die mit den Produkten angesprochen werden soll, analysieren und andererseits sich auf bestimmte Regionen für den Export fokussieren. Eine flächendeckende Ausbreitung ist meist nicht nachhaltig erfolgreich.

## **9. Trendprodukte identifizieren und positionieren**

Entsprechend den chinesischen Ernährungsgewohnheiten ist davon auszugehen, dass deutsche Wurstwaren wie Aufschnitt keinen Absatz auf dem chinesischen Fleischmarkt finden würden. Jedoch können international bereits bekannte Wurstwaren wie Nürnberger oder Frankfurter Würstchen auf dem chinesischen Markt abgesetzt werden, da diese in das bestehende Essverhalten integriert werden können. Eine weitere Option ist der Export von Kopffleisch (v. a. Backenfleisch), das in China sehr beliebt ist und in Deutschland nicht verzehrt wird. Jedoch sind auch hier weiterführende Marktforschungsstudien zu chinesischen Ernährungsgewohnheiten ratsam, um Trends zu identifizieren.

## **10. Kooperationen bilden**

Die Erschließung des chinesischen Fleischmarktes erfordert einen intensiven zeitlichen und finanziellen Aufwand. Dieser ist insbesondere für klein und mittelständisch ausgerichtete Unternehmen kaum zu bewältigen. Aus diesem Grund ist es ratsam, Kooperationen mit anderen deutschen Unternehmen einzugehen, um den Ressourceneinsatz zu optimieren (z. B. gemeinsame Messeauftritte) und Produkte in größeren Mengen bzw. in ausreichenden Mengen auf dem chinesischen Markt abzusetzen.

## **11. Feiertage nutzen – Absatz stärken**

An Feiertagen kann ein höheres Absatzpotenzial erreicht werden, da sich an solchen speziellen Tagen oftmals die Ernährungsgewohnheiten ändern. Hier sind weiterführende Marktforschungsstudien erforderlich, um das Essverhalten der Chinesen an Feiertagen genauer auszuloten. Dadurch können deutsche Exporteure spezielle Angebote auf die chinesischen Konsumgewohnheiten abstimmen. Vor diesem Hintergrund ist es für deutsche Fleischexporteure wichtig, die chinesischen Feste und Feiertage zu kennen.

## **12. Kulturelle Besonderheiten beachten**

Das sogenannte „Guanxi“, das persönliche Beziehungsnetzwerk zu Personen aus Politik und Wirtschaft, hat in China eine überaus hohe Bedeutung. Für deutsche Exporteure ist es daher eine grundlegende Voraussetzung, Teil eines solchen Netzwerkes zu werden und Beziehungen zu relevanten Importeuren, Agenten, Distributoren, Beamten und Kunden zu knüpfen. Die Erschließung des chinesischen Marktes sollte mithilfe eines intermediären Partners erfol-

gen, da dieser Kenntnisse über die Besonderheiten vor Ort hat und auftauchende Probleme beim Import besser und zeitnah lösen kann.

### **13. Bemühungen um eine Zulassung für Bio-Fleisch**

Fleisch hat einen hohen Stellenwert in der chinesischen Ernährung. Zusätzlich gewinnen Qualitätsindikatoren zunehmend an Bedeutung. Dies könnte durch den Export von ökologisch erzeugten Fleischwaren genutzt werden. Zudem kann mit steigender Verwestlichung chinesischer Ernährungsgewohnheiten auch der Trend zum Konsum von Bio-Produkten in China zunehmen. Um Bio-Produkte in China zu vermarkten benötigen diese eine chinesische Bio-Zertifizierung, auch wenn sie bereits ein anderes nationales oder internationales Bio-Label tragen. Ausländische Betriebe, die Bio-Fleisch nach China exportieren möchten, müssen gesondert von einer von der CNCA zugelassenen Bio-Zertifizierungsstelle überprüft, inspiziert und zertifiziert werden.

### **14. Entwicklung von Online-Shops**

Seitens der chinesischen Regierung werden verstärkt die formalen Absatzkanäle (z. B. Hypermärkte, Supermärkte) gefördert. Die informellen Straßenmärkte verlieren dadurch insbesondere in den Metropolen zunehmend an Bedeutung. Diesbezüglich wird auch im Lebensmittelsektor die Relevanz von Online-Shops steigen. Vor allem bedingt durch die hohe Internet-Affinität der chinesischen Bevölkerung könnte dies ein wesentlicher Treiber für eine Absatzsteigerung von Fleischprodukten auf dem chinesischen Markt sein. Dazu ist es wichtig, dass deutsche Exporteure den chinesischen Unternehmen, aber auch den Konsumenten, passende Kommunikationsmittel in der Landessprache anbieten.

### **15. Förderung des Absatzes deutscher Zuchttiere**

Da die Züchtungstechnologien in China bisher noch nicht auf dem Stand sind, den Anforderungen einer industriellen Agrarproduktion gerecht zu werden, müssen die genetischen Ressourcen derzeit importiert werden, um den Genpool zu erweitern. Aus diesem Grund ist in den letzten Jahren insbesondere ein starker Anstieg des Imports lebender Zuchttiere zu verzeichnen. In diesem Bereich besteht die Möglichkeit, durch den Export von Zuchttieren die chinesischen Konsumenten an Qualitätsfleisch zu binden und dadurch auch den Export von Fleisch sowie Fleischprodukten zu steigern.



## **8 Zusammenfassung**

Gegenwärtig leben 1,36 Milliarden Menschen in China. Bei einem aktuellen Bevölkerungswachstum von 0,5 %, gepaart mit einer hohen Lebenserwartung, wird die Bevölkerung kontinuierlich wachsen. Demgegenüber stehen 7 % der weltweiten Ackerflächen, die 20 % der Weltbevölkerung ernähren sollen. Zwar sind 36 % der chinesischen Landesfläche als Ackerfläche ausgewiesen, allerdings können nur 12 % der ausgewiesenen Fläche als Ackerfläche genutzt werden. Grund hierfür sind die starken Umweltverschmutzungen, die den Boden unbrauchbar machen.

Das Reich der Mitte, die größte Handelsnation der Welt, ist weltweiter Exportweltmeister und Importvizemeister nach den USA. China und Deutschland sind füreinander die wichtigsten Handelspartner im asiatischen und chinesischen Raum. Das Handelsvolumen beträgt ca. 140 Mrd. EUR, wobei Deutschland im Wert von 73 Mrd. EUR nach China liefert und im Wert von 67 Mrd. EUR Waren aus China importiert. Handelswaren sind vorwiegend Elektronikartikel (Herkunftsland China) und Kraftfahrzeuge sowie Maschinen (Herkunftsland Deutschland).

Der chinesische Lebensmittelmarkt ist weltweit der größte Lebensmittelmarkt. Steigendes Einkommensniveau, steigendes Bevölkerungswachstum und damit einhergehend eine wachsende Mittelschicht sowie steigender Fleischverbrauch bei chinesischen Konsumenten bilden eine attraktive Perspektive für deutsche Exporteure, um in den chinesischen Markt einzutreten. Hinzu kommt, dass die lokale Produktion die einheimische Nachfrage in bestimmten Produktbereichen nicht decken kann. Somit entstehen Versorgungslücken und der chinesische Markt ist auf Importe angewiesen. Langfristig wird sich zeigen, ob die chinesische Fleischproduktion die Selbstversorgung aufrechterhalten kann oder die Versorgungslücken durch Importe bedient werden. Im Falle des Importszenarios werden der Weltmarkt sowie der internationale Fleischhandel wesentlich durch das chinesische Importverhalten beeinflusst.

In den vergangenen zwanzig Jahren ist der Pro-Kopf-Verbrauch von Fleisch von 27,6 kg auf 56,6 kg (in 2011) gestiegen. Während für die Mittelschicht in Ballungszentren Fleisch zum festen Bestandteil der Nahrung wurde, ernährt sich die ländliche Bevölkerung Chinas immer noch vorwiegend von Getreideprodukten. Dennoch wird die chinesische Nachfrage nach

Fleisch trotz begrenzter Produktionsressourcen weiterhin steigen. Aufgrund dieser Entwicklung wird China zunehmend zu einem auf Importe angewiesenen Zukunftsmarkt für Fleisch und Fleischerzeugnisse. Da die chinesischen Verbraucher – entgegen europäischen Verzehrgegewohnheiten – Schlachtnebenerzeugnisse wie Innereien oder Füße konsumieren, rückt die Wahrnehmung dieses Marktpotenzials zunehmend in den Fokus der deutschen Fleischwirtschaft.

Gemeinschaftliches Essen ist in der chinesischen Kultur tief verankert. Importierte Lebensmittel gelten als prestigeträchtig und der Verzehr von rotem Fleisch in den Metropolen des Landes als Statussymbol. Das Vertrauen gegenüber inländischen Lebensmitteln wurde durch Lebensmittelskandale in der Vergangenheit geschwächt. Grund für die Lebensmittelskandale waren mangelhafte Kontrollen der Hygienebestimmungen, gerade im Bereich der landwirtschaftlichen Fleischproduktion.

Die landwirtschaftliche Fleischproduktion Chinas unterlag in den letzten Jahrzehnten einer strategischen Neuausrichtung. Dabei wurden Industrialisierungsprozesse durch vertikale Integration der landwirtschaftlichen Fleischproduktion in Gang gesetzt – mit beachtlichem Erfolg. Gegenwärtig ist China neben Brasilien die größte fleischproduzierende Nation. Dieser vertikale Integrationsprozess wurde durch die chinesische Regierung insbesondere mit dem Auf- und Ausbau sogenannter „Drachenkopf“-Unternehmen gefördert und führt heute dazu, dass Großbetriebe in weiten Teilen den Fleischmarkt beherrschen. Hintergrund der Industrialisierung ist, dass einheitliche Hygienestandards in der Produktion geschaffen werden sollen, um Tierseuchen und Lebensmittelskandale zu vermeiden. Darüber hinaus soll die steigende lokale Nachfrage durch effiziente und effektive Produktionsprozesse bedient werden. Der Konsolidierungsprozess ist innerhalb der Sparten Geflügel-, Schweine- und Rindfleischproduktion unterschiedlich stark entwickelt. Auch die Marktgröße der einzelnen Sparten divergiert stark. Die Produktion von Schweinefleisch lag 2012 bei 50 Mio. t, bei Geflügelfleisch bei 18 Mio. t und bei Rindfleisch bei 6,6 Mio. t. Der Geflügel- und der Schweinefleischsektor werden zunehmend durch die Großbetriebe der sogenannten „Drachenkopf“-Unternehmen dominiert.

Der chinesische Schweinefleischmarkt ist mit 700 Mio. Schlachtschweinen der größte Schweinefleischmarkt der Welt. China erwirtschaftet das doppelte Produktionsvolumen der gesamten Europäischen Union und das Fünffache der amerikanischen Produktion. Während spezialisierte Betriebe und Großbetriebe staatlich gefördert werden, verlassen kleinbäuerliche Betriebe aufgrund der Kostenintensität vorgeschriebener Produktionsumstellungen den Markt. Insgesamt ist der Schweinefleischmarkt durch eine hohe Volatilität geprägt. Dies schlägt sich insbesondere in den sehr volatilen Preisen für Schweinefleisch nieder. Innerhalb eines Jahres (Januar 2011 bis Januar 2012) haben sich die Preise verdreifacht und innerhalb der darauffolgenden sechs Monate (bis Juni 2012) wieder halbiert. Die lokale Nachfrage gilt als instabil, bei derzeitig stagnierendem Wachstum. Bedingt durch Lebensmittelskandale weichen die chinesischen Verbraucher temporär auf Substitute wie Geflügelfleisch aus.

Der chinesische Geflügelfleischmarkt erwirtschaftet 20 % der weltweiten Geflügelproduktion. Das Produktionsvolumen der letzten zwanzig Jahre hat sich vervierfacht. Die vertikale Integration auf dem Geflügelfleischmarkt gilt als stark fortgeschritten. So produzierten im Jahr 2009 2 % der Betriebe 70 % der Masthähnchen. Die Nachfrage nach Geflügelfleisch liegt deutlich unter dem Nachfrageniveau für Schweinefleisch und gilt – insbesondere bedingt durch Lebensmittelskandale und Tierkrankheiten – ebenfalls als instabil.

Der Markt für Rindfleisch stellt nur eine untergeordnete Rolle bei der Betrachtung des chinesischen Fleischmarktes dar. Der Pro-Kopf-Verbrauch liegt bei 3,2 kg, während der Pro-Kopf-Verbrauch von Schweinefleisch bei 30 kg liegt (Referenzjahr 2012). Grund hierfür ist, dass der Verzehr von Rindfleisch in der chinesischen Esskultur nicht verwurzelt ist und Rindfleisch vorwiegend in chinesischen Metropolen verzehrt wird. Dennoch hat sich der Pro-Kopf-Verbrauch innerhalb der letzten zwanzig Jahre um das 5,5-Fache gesteigert. Die Intensivierung der Rindfleischproduktion sowie die daraus resultierenden Konsolidierungsprozesse stehen noch in ihren Anfängen.

Die drei Absatzwege Straßenmärkte, Großhandel und Super- bzw. Hypermärkte stehen in starker Abhängigkeit zur jeweiligen Betriebsform, in der die landwirtschaftliche Fleischproduktion erfolgt. So liefern kleine landwirtschaftliche Betriebe an Straßenmärkte, während Großbetriebe direkt an den Lebensmitteleinzelhandel liefern. Zentrale Distributionszentren

sind aufgrund einer schwachen Verkehrsinfrastruktur, fehlender Kühlketten und der geografischen Größe des Marktes nicht existent. Allgemein gilt, dass das Vertriebsvolumen der Straßenmärkte rückläufig und das Vertriebsvolumen der Großhändler ansteigend ist.

Das Reich der Mitte öffnet sich immer mehr für importierte Waren aus dem Ausland. Die Europäische Union und insbesondere Deutschland sind wichtige Handelspartner für China. Deutschland ist der sechstgrößte Fleischlieferant für China. Dabei werden die Handelsbeziehungen durch bilaterale Abkommen geregelt, was zu einem hohen Konkurrenzdruck unter den nach China exportierenden Staaten führt. Die Exportmenge aus Deutschland nach China hat sich in den letzten fünf Jahren verfünffacht. Eine Genehmigung in Form eines bilateralen Abkommens besteht nur für die Sparte Schweinefleisch und genießbare Schlachterzeugnisse vom Schwein. Vorwiegend werden gefrorene Waren in Form von Schinken und Schultern zur Weiterverarbeitung exportiert. Schlachtnebenerzeugnisse werden über den Großhandel und die Gastronomie abgenommen. Da die Schweinefleischpreise in China zu den weltweit höchsten gehören, sind ausländische Fleischimporte im Verhältnis zum lokalen Fleischangebot sehr wettbewerbsfähig. Für den Rindfleischmarkt sowie für den Geflügelfleischmarkt bestehen keine bilateralen Handelsabkommen. Während derzeit für den Geflügelmarkt Verhandlungen geführt werden, stehen für den Rindfleischmarkt gegenwärtig noch keine Verhandlungen an.

Das bilaterale Handelsabkommen zwischen China und Deutschland erlaubt nicht automatisch, dass alle deutschen Unternehmen Schweinefleisch und genießbare Schlachterzeugnisse vom Schwein nach China exportieren dürfen. Es bedarf einer Registrierung der Unternehmen bei der zuständigen Behörde. Der Registrierungsprozess sowie der administrative, zeitliche und finanzielle Aufwand von Exporten sind für deutsche Fleischproduzenten zu prüfen. Die bürokratischen Richtlinien sind häufig intransparent und unterliegen Novellierungen. Die Vertriebswege in China sind unübersichtlich und verflochten. Es ist somit dringend ratsam, einen lokalen Marktmittler mit einem belastbaren Netzwerk vor Ort zu kontaktieren und zu nutzen.

Der wachsende Fleischmarkt in China ermöglicht deutschen Fleischexporteuren neue Absatzmöglichkeiten. Die wachsende Mittelschicht, die Urbanisierung, der Abbau von Handelsbarrieren sowie die leicht rückläufige Nachfrage deutscher Verbraucher beim Fleischkonsum

sind Argumente für einen Eintritt in den chinesischen Markt. Dabei gilt es, die adressierten chinesischen Zielgruppen zu untersuchen, Markenbildung zu betreiben und das Qualitätsmerkmal „Made in Germany“ auszubauen. Darüber hinaus muss das Importverhalten, das von inländischen Faktoren wie Tierkrankheiten, Epidemien und Preisentwicklung geprägt ist, im Fokus der Markteintrittsstrategie stehen. Die Erschließung des chinesischen Marktes stellt ein ressourcenintensives Unterfangen dar. Im unternehmerischen Verbund lässt sich der Markteintritt ressourcensparend umsetzen.

Der chinesische Fleischmarkt birgt Chancen und Risiken beim Markteintritt. Diese individuell zu identifizieren und zu nutzen stellt deutsche Fleischexporteure vor Herausforderungen, die es mit dem richtigen Know-how zu bearbeiten gilt.

## 9 Literatur

- Auswärtiges Amt (2014): China. [http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/01-Nodes\\_Uebersichtsseiten/China\\_node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/01-Nodes_Uebersichtsseiten/China_node.html) (Stand: 23.07.2014).
- Auswärtiges Amt (o. J.): Länderinfo China. Wirtschaft. [http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/China/Wirtschaft\\_node.html](http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/China/Wirtschaft_node.html) (Stand: 27.06.2014).
- Bargie, C.; Williams, C.; Croy, D.; Thompson, G.; Campbell, J.; Keys, T. (2013): Feeding the Dragon – The modernization of China’s food Industry. In: ANZ Agribusiness, InFocus, Edition 2 2013. <http://www.anzbusiness.com/content/dam/anz-superregional/AgricultureInsightsChinaFood.pdf> (Stand: 22.07.2014).
- Beijing Green Agriculture (2014): Monthly Report: Live hog, Layer and Broiler. <http://www.agrichn.com/upload/CaseData/bxite-SP2013031513200001.pdf> (Stand: 10.07.2014).
- BMEL – Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung (2014): Länderbericht China. [http://www.agrarentportfoerderung.de/fileadmin/SITE\\_MASTER/content/files/Laenderberichte2012/Laenderberichte2014/Laenderbericht\\_China.pdf](http://www.agrarentportfoerderung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Laenderberichte2012/Laenderberichte2014/Laenderbericht_China.pdf) (Stand: 17.07.2014).
- BMELV – Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2013a): Länderbericht China. [http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Veranstaltungen/04-06-AUWITAG-LaenderberichtChina.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Veranstaltungen/04-06-AUWITAG-LaenderberichtChina.pdf?__blob=publicationFile) (Stand: 25.06.2014).
- BMELV – Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2013b): Branchenbuch Food China. [http://www.agrarentportfoerderung.de/fileadmin/SITE\\_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/China-Branchenbuch-Food.pdf](http://www.agrarentportfoerderung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/China-Branchenbuch-Food.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- BMELV – Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2013c): Studie der Märkte Indien und China – Eine Perspektive für den Deutschen Mittelstand. [http://www.agrarentportfoerderung.de/fileadmin/SITE\\_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/China-Indien.pdf](http://www.agrarentportfoerderung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/China-Indien.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- BMELV (2013d): Der chinesische Markt für Lebensmittel und Getränke – Zielgruppenanalyse.

- [http://www.agrarexportfoerderung.de/fileadmin/SITE\\_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/ZGA-China-Lebensmittel-Getraenke.pdf](http://www.agrarexportfoerderung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Marktstudien/2013/ZGA-China-Lebensmittel-Getraenke.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- BMELV – Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2010): Veterinärbescheinigung für die Ausfuhr von Schweinefleisch aus der Bundesrepublik Deutschland in die Volksrepublik China.
- Botschaft der Bundesrepublik Deutschland Peking (2014): Wirtschaftsdaten kompakt. <http://www.china.diplo.de/contentblob/3443046/Daten/3967501/Wirtschaftsdatenblattdd.pdf> (Stand: 22.07.2014).
- China Briefing – Business Intelligence from Dezan Shira & Associates (2013a): Chinas Import und Export Lizenzierungsregelwerk. <http://www.china-briefing.com/news/2013/06/02/chinas-import-und-export-lizenzierungsregelwerk.html> (Stand: 26.06.2014).
- China Briefing – Business Intelligence from Dezan Shira & Associates (2013b): Import-Export Steuern und Zölle in China (Folge 1/2). <http://www.china-briefing.com/news/2013/06/09/import-export-steuern-und-zolle-in-china-folge-12.html> (Stand: 26.06.2014).
- China Heute (o. J.): Ein allgemeiner Überblick über China. <http://www.chinatoday.com.cn/chinaheute/204/allge.htm> (Stand: 23.07.2014).
- China Insider (2013): Zeitzonen in China. <http://www.china-insider.net/tipps/die-chinesische-zeitzone.html> (Stand: 23.07.2014).
- China Internet Information Center (o. J.): Chinas traditionelle Feste. <http://german.china.org.cn/german/96728.htm> (Stand: 23.07.2014).
- China Reiseführer (o. J.): Chinas Bevölkerung und Bevölkerungsdichte. <http://www.china-reisefuehrer.com/chinas-bevoelkerung.html> (Stand: 23.07.2014).
- China9.de (o. J.): Landessprache in China. <http://www.china9.de/lexikon/landessprache.php> (Stand: 24.07.2014).
- CICC – China Internet Information Center (2009): Importbeschränkungen auf Schweinefleisch gelockert. [http://german.china.org.cn/business/txt/2009-05/18/content\\_17792783.htm](http://german.china.org.cn/business/txt/2009-05/18/content_17792783.htm). (Stand: 26.06.2014).
- Der Staat (o. J.): Klima. <http://german.china.org.cn/german/ger-shuzi2003/gq/qh.htm> (Stand: 23.07.2014).

- Earth-Policy-Institute (2014): Food and Agriculture. [http://www.earth-policy.org/?/data\\_center/C24/](http://www.earth-policy.org/?/data_center/C24/) (stand: 22.07.2014).
- Eckinger, E. (2014): Dänemark darf Bio-Schweinefleisch nach China exportieren. In: agrarheute.com. <http://www.agrarheute.com/daenemark-exportiert-bio-schweinefleisch-nach-china> (Stand: 24.07.2014).
- Erling, J. (2014): China opfert sein Wachstum dem Wandel. In: Die Welt. <http://www.welt.de/wirtschaft/article130220918/China-opfert-sein-Wachstum-dem-Wandel.html> (Stand: 23.07.2014).
- EU SME Centre (2013a): Exporting meat products to China. [http://www.ccilc.pt/sites/default/files/eu\\_sme\\_centre\\_guideline\\_exporting\\_meat\\_products\\_to\\_china.pdf](http://www.ccilc.pt/sites/default/files/eu_sme_centre_guideline_exporting_meat_products_to_china.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- EU SME Centre (2013b): The Food & Beverage Market in China. <http://www.eusmecentre.org.cn/report/food-beverage-market-china> (Stand: 23.09.2014).
- EU SME Centre (2012): Export of goods to China. [http://www.ccilc.pt/sites/default/files/docs/EXPORTACAO\\_DE\\_BENS\\_PARA\\_A\\_CHINA\\_%5BEN%5D\\_%5BEUSMECENTER%5D.pdf](http://www.ccilc.pt/sites/default/files/docs/EXPORTACAO_DE_BENS_PARA_A_CHINA_%5BEN%5D_%5BEUSMECENTER%5D.pdf) (Stand: 27.06.2014).
- FAO – Food and Agriculture Organization of the United Nations (2013): Food Outlook – Bi-annual Report on Global Food Markets. <http://www.fao.org/docrep/019/i3473e/i3473e.pdf> (Stand: 26.06.2014).
- FAOSTAT – Food and Agriculture Organization of the United Nations (2014). <http://faostat3.fao.org/faostat-gateway/go/to/home/E> (Stand: 22.07.2014).
- FAZ – Frankfurter Allgemeine (2014a): Exportweltmeister – China ist größte Handelsnation der Welt. <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/exportweltmeister-china-ist-jetzt-die-groesste-handelsnation-der-welt-12745612.html> (Stand: 23.07.2014).
- FAZ – Frankfurter Allgemeine (2014b): Die Türen für Chinas Unternehmen öffnen sich. <http://www.faz.net/asia-edition/politik-wirtschaft/lockerung-fuer-investitionen-im-ausland-die-tueren-fuer-chinas-unternehmen-oeffnen-sich-12970634.html> (Stand: 25.07.2014).
- Gale, F.; Marti, D.; Hu, D. (2012): China's Volatile Pork Industry. A Report from the Economic Research Service, United States Department of Agriculture (USDA), [http://ers.usda.gov/media/262067/ldpm21101\\_1\\_.pdf](http://ers.usda.gov/media/262067/ldpm21101_1_.pdf) (Stand: 26.06.2014).



- Geinitz, C. (2013): Rotes Rentnerheer. In: Frankfurter Allgemeine. <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/wirtschaftspolitik/ueberalterung-in-china-rotes-rentnerheer-12014348.html> (Stand: 23.07.2014).
- German Centre for Industry and Trade (2014): Feiertage in China 2014. [http://www.germancentre.org.cn/aktuelles/feiertage\\_CN](http://www.germancentre.org.cn/aktuelles/feiertage_CN) (Stand: 23.07.2014).
- Germany Trade & Invest (2013). *Chinas Fleischverbrauch steigt rasant*. Auf: Germany Trade & Invest. <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/maerkte,did=928382.html> (Stand: 24.04.2014).
- GIZ – Deutsche Gesellschaft für international Zusammenarbeit GmbH (o. J.): China. <http://liportal.giz.de/china/ueberblick.html> (Stand: 23.07.2014).
- Go:ruma (o. J.): China: Geografie. <http://www.goruma.de/Laender/Asien/China/Landkarte/Geografie.html#A> (Stand: 23.07.2014).
- GTAI – Germany Trade & Invest (2013): VR setzt auf Freihandel. <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Recht-Zoll/zoll,did=873024.html> (Stand: 17.07.2014).
- GTAI – Germany Trade & Invest (2012): Merkblatt über gewerbliche Wareneinführen VR China. [http://www.gtai.de/GTAI/Content/DE/Trade/Fachdaten/PUB/2012/03/pub201203298003\\_16888.pdf](http://www.gtai.de/GTAI/Content/DE/Trade/Fachdaten/PUB/2012/03/pub201203298003_16888.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- Heilmann, S. (2005): Das politische System Chinas. In: bpb – Bundeszentrale für politische Bildung. <http://www.bpb.de/internationales/asien/china/44270/das-politische-system-chinas?p=all> (Stand: 23.07.2014).
- Heinrich-Böll-Stiftung, BUND, Le Monde Diplomatique (2014). *Fleischatlas 2014 – Daten und Fakten über Tiere als Nahrungsmittel*. [http://www.bund.net/fileadmin/bundnet/publikationen/landwirtschaft/140108\\_bund\\_landwirtschaft\\_fleischatlas\\_2014.pdf](http://www.bund.net/fileadmin/bundnet/publikationen/landwirtschaft/140108_bund_landwirtschaft_fleischatlas_2014.pdf) (Stand: 24.04.2014).
- Huang, J.; Wang, X.; Qiu, H. (2012): Small-scale farmers in China in the face of modernisation and globalization. Chinese Academy of Science, Center for Chinese Agricultural Policy. <http://pubs.iied.org/pdfs/16515IIED.pdf?> (Stand: 22.07.2014).

- IHK Pfalz – Industrie- und Handelskammer für Pfalz (o. J.): Export nach China – Zoll & Einfuhr. [http://www.pfalz.ihk24.de/international/Greater\\_China/China/China\\_-\\_Handel/581176/Import\\_Export\\_Zoll\\_Zertifizierung.html](http://www.pfalz.ihk24.de/international/Greater_China/China/China_-_Handel/581176/Import_Export_Zoll_Zertifizierung.html) (Stand: 26.06.2014).
- Jungbluth, C. (2014): Going Global, Going West! Chinesische Direktinvestitionen in Deutschland. [http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-F33924F6-1FB11C01/bst/xcms\\_bst\\_dms\\_39953\\_39954\\_2.pdf](http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-F33924F6-1FB11C01/bst/xcms_bst_dms_39953_39954_2.pdf) (Stand: 23.07.2014).
- Kohlmann, T. (2014): Schattenbanken – Chinas tickende Zeitbomben. In: DW – Deutsche Welle. <http://dw.de/p/1BU5B> (Stand: 23.07.2014).
- Lagos, J. E.; Scott, R. R.; Rasmussen, K.; Bugang, W.; Chen, U. (2010): Organics Report People's Republic of China. GAIN Report Number: 10046, [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Organics%20Annual\\_Beijing\\_China%20-%20Peoples%20Republic%20of\\_10-14-2010.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Organics%20Annual_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_10-14-2010.pdf) (Stand: 19.09.2014).
- Mattheis, P. (2012): Wohlstand – Chinas Mittelschicht entdeckt den Konsum. In: Wirtschaftswoche. <http://www.wiwo.de/politik/ausland/wohlstand-chinas-mittelschicht-entdeckt-den-konsum/6895698.html> (Stand: 23.07.2014).
- McOrist, S.; Khampee, K.; Guo, A. (2011): Modern pig farming in the People's Republic of China: growth and veterinary challenges. In: Rev. sci. tech. Off. Int. Epiz., 2011, 30 (3), 961-968.
- Meyer-Radtke, M. (2013): *Fleischhunger der Chinesen gefährdet die Qualität*. In: Die Welt Online. <http://www.welt.de/wirtschaft/article122525399/Fleischhunger-der-Chinesen-gefaehrdet-die-Qualitaet.html> (Stand: 24.04.2014).
- Ming-li, W. (2013): Inside China's beef and sheep market. Chinese Academy of Agricultural Sciences, Institute of Agricultural Economics and Development. [file:///C:/Users/bri/Downloads/bsc13\\_gf-wang.pdf](file:///C:/Users/bri/Downloads/bsc13_gf-wang.pdf) (Stand: 22.07.2014).
- National Bank (2012): interNATIONAL Newsletter. Oktober 2012 – Nr. 13. [https://www.nationalbank.de/uploads/tx\\_nbdirectmailconnector/interNATIONAL\\_Newsletter\\_-\\_Kurssicherung\\_in\\_exotischen\\_Waehrungen.pdf](https://www.nationalbank.de/uploads/tx_nbdirectmailconnector/interNATIONAL_Newsletter_-_Kurssicherung_in_exotischen_Waehrungen.pdf) (Stand: 18.07.2014).
- National Bureau of Statistics of China (2013): Statistical Communiqué of the People's Republic of China 2013, [http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/201402/t20140224\\_515103.html](http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/201402/t20140224_515103.html) (Stand: 27.06.2014).

- National Bureau of Statistics (2014): China Statistical Yearbook 2013. <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2013/indexeh.htm> (Stand: 26.06.2014).
- Observatory of Economic Complexity (2014): Learn More About Trade in China. <http://atlas.media.mit.edu/profile/country/chn/> (Stand: 23.07.2014).
- People's Food Holdings Limited (2012): A Quality Choice for a Quality Life – Annual Report 2012. <http://www.peoplesfood.com.sg/main/Press%20Release%20&%20Other%20Announcements/2013/Pfood%202012%20Annual%20Report.pdf> (Stand: 22.07.2014).
- Pei, M. (2014): Xi Jinpings Bewährungsprobe 2014: Reformen umsetzen und Stabilität bewahren. In: Asia Policy Brief 2014). [http://www.bertelsmannstiftung.de/cps/rde/xbcr/bst/xcms\\_bst\\_dms\\_39479\\_\\_2.pdf](http://www.bertelsmannstiftung.de/cps/rde/xbcr/bst/xcms_bst_dms_39479__2.pdf) (Stand: 23.07.2014).
- Pei, M. (2012): Neue Führung, alte Probleme – der Generationswechsel an Chinas politischer Spitze. In: Asia Policy Brief 2013/2013. [http://www.bertelsmannstiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-C967EEF7-C03EA1D6/bst/xcms\\_bst\\_dms\\_37348\\_\\_2.pdf](http://www.bertelsmannstiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-C967EEF7-C03EA1D6/bst/xcms_bst_dms_37348__2.pdf) (Stand: 23.07.2014).
- Pi, C.; Rou, Z.; Horowitz, S. (2014): Global Meat Complex: The ChinaFair or Fowl? Industrialization of Poultry Production in China. Institute for Agriculture and Trade Policy. [http://www.iatp.org/files/2014\\_02\\_25\\_PoultryReport\\_f\\_web.pdf](http://www.iatp.org/files/2014_02_25_PoultryReport_f_web.pdf) (Stand: 22.07.2014).
- Rabobank International (2013): Can China's Poultry Move Out of Pork's Shadow? Still on the Road to Industrialisation. Rabobank Industry Note #267, February 2013, [file:///E:/Dokumente%20und%20Einstellungen/Administrator/Eigene%20Dateien/Downloads/FarmingUK.com%20Knowledge%20centre%20-%20Rabobank\\_IN367\\_Chinas\\_Poultry\\_Industry\\_February2013\[1\]%20\(1\).pdf](file:///E:/Dokumente%20und%20Einstellungen/Administrator/Eigene%20Dateien/Downloads/FarmingUK.com%20Knowledge%20centre%20-%20Rabobank_IN367_Chinas_Poultry_Industry_February2013[1]%20(1).pdf) (Stand: 26.06.2014).
- Rabobank International (2012): Industrialisation of China's Pork Supply Chain, Finding the Best Business Model. Rabobank Industry Note #329, September 2012, Rabobank International Food & Agribusiness Research and Advisory, [file:///E:/Dokumente%20und%20Einstellungen/Administrator/Eigene%20Dateien/Downloads/FarmingUK.com%20Knowledge%20centre%20-%2020120919\\_China%20Pork\\_\\_Revised%20FINAL%20Approved\\_WS%20\(1\).PDF](file:///E:/Dokumente%20und%20Einstellungen/Administrator/Eigene%20Dateien/Downloads/FarmingUK.com%20Knowledge%20centre%20-%2020120919_China%20Pork__Revised%20FINAL%20Approved_WS%20(1).PDF) (Stand: 26.06.2014).

- Ruttke, D; Pane, A. (2013): Allgemeine Landesinformationen: China. In: Kooperation international. <http://www.kooperation-international.de/buf/china/allgemeine-landesinformationen.html> (Stand: 23.07.2014).
- Schneider, M. (2014): Pig Oenning. <http://pigpenning.wordpress.com/> (Stand: 22.07.2014).
- Schneider, M. (2012): Dragon Head Enterprises and the State of Agribusiness in Reform Era China. Workshop on “Agrarian Development in China: Legacies and Prospects”. Johns Hopkins University. [http://krieger.jhu.edu/east-asian/agrarian/papers/Mindi\\_Schneider\\_Paper.pdf](http://krieger.jhu.edu/east-asian/agrarian/papers/Mindi_Schneider_Paper.pdf) (Stand: 22.07.2014).
- Schneider, M.; Sharma, S. (2014): China’s Pork Miracle? Agribusiness and Development in China’s Pork Industry. Global Meat Complex: The China Series, Institute for Agriculture and Trade Policy. [http://www.iatp.org/files/2014\\_03\\_26\\_PorkReport\\_f\\_web.pdf](http://www.iatp.org/files/2014_03_26_PorkReport_f_web.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- Scott, R. R.; Jianping, Z. (2014): People’s Republic of China Livestock and Products Semi-annual. GAIN Report Number: 14008, United State Department of Agriculture (USDA), [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Livestock%20and%20Products%20Semi-annual\\_Beijing\\_China%20-%20Peoples%20Republic%20of\\_2-19-2014.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Livestock%20and%20Products%20Semi-annual_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_2-19-2014.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- Scott, R. R.; Jianping, Z. (2013a): People’s Republic of China Livestock and Products Annual. GAIN Report Number: 13048, United State Department of Agriculture (USDA), [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Livestock%20and%20Products%20Annual\\_Beijing\\_China%20-%20Peoples%20Republic%20of\\_9-27-2013.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Livestock%20and%20Products%20Annual_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_9-27-2013.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- Scott, R. R.; Jianping, Z. (2013b): People’s Republic of China Livestock and Products Semi-annual. GAIN Report Number: 13009, United State Department of Agriculture (USDA), [http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Livestock%20and%20Products%20Semi-annual\\_Beijing\\_China%20-%20Peoples%20Republic%20of\\_3-4-2013.pdf](http://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Livestock%20and%20Products%20Semi-annual_Beijing_China%20-%20Peoples%20Republic%20of_3-4-2013.pdf) (Stand: 26.06.2014).
- Sharma, S. (2014): The Need for Feed. China’s Demand for Industrialized Meat and Its Impacts. In: Global Meat Complex: The China Series. Institute for Agriculture and Trade

- Policy. [http://www.iatp.org/files/2014\\_03\\_26\\_FeedReport\\_f\\_web.pdf](http://www.iatp.org/files/2014_03_26_FeedReport_f_web.pdf) (Stand: 22.07.2014).
- Statista (2014). <http://de.statista.com/> (Stand: 23.07.2014).
- Statistisches Bundesamt (2014a): Warenverzeichnis für die Außenhandelsstatistik, Kapitel 02: Fleisch und genießbare Schlachtnebenerzeugnisse. [https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/Aussenhandel/Kap02.pdf;jsessionid=8F0C8599DD6FD52C3FAD79E69BE3EC54.cae3?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/Aussenhandel/Kap02.pdf;jsessionid=8F0C8599DD6FD52C3FAD79E69BE3EC54.cae3?__blob=publicationFile) (Stand: 26.06.2014).
- Statistisches Bundesamt (2014b): Warenverzeichnis für die Außenhandelsstatistik, Kapitel 16: Zubereitungen von Fleisch, Fischen oder von Krebstieren, Weichtieren und anderen wirbellosen Wassertieren. [https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/Aussenhandel/Kap16.pdf;jsessionid=8F0C8599DD6FD52C3FAD79E69BE3EC54.cae3?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/Aussenhandel/Kap16.pdf;jsessionid=8F0C8599DD6FD52C3FAD79E69BE3EC54.cae3?__blob=publicationFile) (Stand: 26.06.2014).
- Steinfeld, H.; Gerber, P.; Wassenaar, T.; Castel, V.; Rosales, M.; de Haan, C. (2006): live-stock's long shadow. Environmental issues and options. Food and Agricultural Organization of the United Nations. Rome, 2006. <http://www.europarl.europa.eu/climatechange/doc/FAO%20report%20executive%20summary.pdf> (stand: 22.07.2014).
- The Pig Site (2014): Market Reports by country – China. <http://www.thepigsite.com/reports/?country=CN> (Stand: 22.07.2014).
- TravelChinaGuide (o. J.): China Geography. <http://www.travelchinaguide.com/intro/geography/> (Stand: 23.07.2014).
- Trentmann, N. (2011). *Chinas Lust auf Schweineohren aus Deutschland*. In: Die Welt Online. <http://www.welt.de/wirtschaft/article13572329/Chinas-Lust-auf-Schweineohren-aus-Deutschland.html> (Stand: 24.04.2014).
- UN – United Nations (o. J.): UN Comtrade Database: Trade Data. <http://comtrade.un.org/data/> (Stand: 26.06.2014).
- USDA – United States Department of Agriculture (2014): Export Requirements for the People's Republic of China. <http://www.fsis.usda.gov/wps/portal/fsis/topics/international-affairs/exporting-products/export-library-requirements-by-country/peoples-republic-of-china> (Stand: 26.06.2014).

- Vernooij, A.; Close, D. (2013): Beef Quarterly – Outlook for Global and Regional Markets, Rabobank Beef Quarterly – Q4 2013, Rabobank International, Rabobank International, file:///E:/Dokumente%20und%20Einstellungen/Administrator/Eigene%20Dateien/Downloads/FarmingUK.com%20Knowledge%20centre%20-%20590245%20Global%20Beef%20Quarterly%20Q4%20(1).pdf (Stand: 26.06.2014).
- Westfleisch (2010): Westfleisch mit erstem Schweinefleisch – Direktexport von Deutschland in die VR China. Pressemitteilung, [http://www.westfleisch.de/fileadmin/Bilder/05\\_Presse/05.02\\_Pressemitteilungen/Westfleisch\\_PM\\_China\\_Export\\_2010-07-19.pdf](http://www.westfleisch.de/fileadmin/Bilder/05_Presse/05.02_Pressemitteilungen/Westfleisch_PM_China_Export_2010-07-19.pdf) (Stand: 19.09.2014).
- WKO – Wirtschaftskammer Österreich (2014): Länderreport China. <http://wko.at/statistik/laenderprofile/lp-china.pdf> (Stand: 23.07.2014).
- Wolf, F.-O.; Volz, B. (2014): China ist der Markt – und Renminbi die Währung. Export Manager, Ausgabe 3/2014, <http://www.exportmanager-online.de/archiv/441/china-ist-der-markt-und-renminbi-die-waehrung> (Stand: 18.07.2014).
- WTO – World Trade Organization (o. J.): Statistics Database. <http://stat.wto.org/> (Stand: 26.06.2014).
- Xin, X; Jie, A. (o. J.): Geistiges Eigentum: Quelle bäuerlichen Wohlstands? <http://www.chinatoday.com.cn/chinaheute/2007/200709/p32.htm> (Stand: 23.07.2014).
- Yang, X. (o. J.): Bio-Boom im Reich der Mitte. In: Greenpeace Magazin 2.12. <http://www.greenpeace-magazin.de/magazin/archiv/2-12/china-bio-boom-im-reich-der-mitte/> (Stand: 24.07.2014).
- Yang, H. (2013): Livestock development in China: animal production, consumption and genetic resources. In: Journal of Animal Breeding and Genetics, 130 (2013), 249-251.
- Zeit online (2014): Mehr Fleisch! <http://www.zeit.de/wirtschaft/2014-07/fleisch-nahrungsmittel-oecd> (Stand: 23.07.2014).

## 10 Anhang

### Anhang 1: Warenbezeichnung und Warennummern gemäß HS (Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014a)

Warenbezeichnung	Warennummer
<b>Fleisch von Rindern, frisch oder gekühlt:</b>	0201
– ganze oder halbe Tierkörper.....	0201 10 00
– andere Teile, mit Knochen:	
– – „quartiers compensés“.....	0201 20 20
– – Vorderviertel, zusammen oder getrennt.....	0201 20 30
– – Hinterviertel, zusammen oder getrennt.....	0201 20 50
– – anderes.....	0201 20 90
– ohne Knochen.....	0201 30 00

### Anhang 2: Warenbezeichnung und Warennummern gemäß HS (Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014a)

Warenbezeichnung	Warennummer
<b>Fleisch von Rindern, gefroren:</b>	0202
– ganze oder halbe Tierkörper.....	0202 10 00
– andere Teile, mit Knochen:	
– – „quartiers compensés“.....	0202 20 10
– – Vorderviertel, zusammen oder getrennt.....	0202 20 30
– – Hinterviertel, zusammen oder getrennt.....	0202 20 50
– – anderes.....	0202 20 90
– ohne Knochen:	
– – Vorderviertel, ganz oder in höchstens fünf Teile zerlegt, jedes Vorderviertel in einem einzigen Gefrierblock aufgemacht; „quartiers compensés“ in zwei Gefrierblöcken aufgemacht; der eine das Vorderviertel enthaltend, ganz oder in höchstens fünf Teile zerlegt, der andere das Hinterviertel enthaltend, in einem Stück, ohne Filet.....	0202 30 10
– – als „crops“, „chucks and blades“ und „brisketts“ bezeichnete Teile.....	0202 30 50
– – anderes.....	0202 30 90

Anhang 3: Warenbezeichnung und Warennummern gemäß HS (Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014a)

Warenbezeichnung	Warennummer
<b>Fleisch von Schweinen, frisch, gekühlt oder gefroren:</b>	0203
<b>– frisch oder gekühlt:</b>	
– – ganze oder halbe Tierkörper:	
– – – von Hausschweinen.....	0203 11 10
– – – andere.....	0203 11 90
– – <b>Schinken oder Schultern und Teile davon, mit Knochen:</b>	
– – – von Hausschweinen	
– – – – Schinken und Teile davon.....	0203 12 11
– – – – Schultern und Teile davon.....	0203 12 19
– – – andere.....	0203 12 90
– – <b>anderes:</b>	
– – – von Hausschweinen	
– – – – Vorderteile und Teile davon.....	0203 19 11
– – – – Kotelettstränge und Teile davon.....	0203 19 13
– – – – Bäuche (Bauchspeck) und Teile davon.....	0203 19 15
– – – – anderes	
– – – – – ohne Knochen.....	0203 19 55
– – – – – anderes.....	0203 19 59
– – – anderes.....	0203 19 90
<b>– gefroren:</b>	
– – ganze oder halbe Tierkörper:	
– – – von Hausschweinen.....	0203 21 10
– – – andere.....	0203 21 90
– – <b>Schinken oder Schultern und Teile davon, mit Knochen:</b>	
– – – von Hausschweinen	
– – – – Schinken und Teile davon.....	0203 22 11
– – – – Schultern und Teile davon.....	0203 22 19
– – – andere.....	0203 22 90
– – <b>anderes:</b>	
– – – von Hausschweinen	
– – – – Vorderteile und Teile davon.....	0203 29 11
– – – – Kotelettstränge und Teile davon.....	0203 29 13
– – – – Bäuche (Bauchspeck) und Teile davon.....	0203 29 15
– – – – anderes:	
– – – – – ohne Knochen.....	0203 29 55
– – – – – anderes.....	0203 29 59
– – – anderes.....	0203 29 90



Anhang 4: Warenbezeichnung und Warennummern gemäß HS (Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014a)

Warenbezeichnung	Warennummer
<b>Genießbare Schlachtnebenerzeugnisse von Rindern, Schweinen, Schafen, Ziegen, Pferden, Eseln, Maultieren oder Mauleseln, frisch, gekühlt oder gefroren</b>	0206
– von Rindern, frisch oder gekühlt	
– – zum Herstellen von pharmazeutischen Erzeugnissen.....	0206 10 10
– – andere:	
– – – Zwerchfellpfeiler (Nierenzapfen) und Saumfleisch.....	0206 10 95
– – – andere.....	0206 10 98
– von Rindern, gefroren:	
– – Zungen.....	0206 21 00
– – Lebern.....	0206 22 00
– – andere:	
– – – zum Herstellen von pharmazeutischen Erzeugnissen.....	0206 29 10
– – – andere:	
– – – – Zwerchfellpfeiler (Nierenzapfen) und Saumfleisch.....	0206 29 91
– – – – andere.....	0206 29 99
– von Schweinen, frisch oder gekühlt.....	0206 30 00
– von Schweinen, gefroren:	
– – Lebern.....	0206 41 00
– – andere.....	0206 49 00
– andere, frisch oder gekühlt:	
– – zum Herstellen von pharmazeutischen Erzeugnissen.....	0206 80 10
– – andere:	
– – – von Pferden, Eseln, Maultieren oder Mauleseln.....	0206 80 91
– – – von Schafen oder Ziegen.....	0206 80 99
– andere, gefroren:	
– – zum Herstellen von pharmazeutischen Erzeugnissen.....	0206 90 10
– – andere:	
– – – von Pferden, Eseln, Maultieren oder Mauleseln.....	0206 90 91
– – – von Schafen oder Ziegen.....	0206 90 99

Anhang 5: Warenbezeichnung und Warennummern gemäß HS (Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014a)

Warenbezeichnung	Warennummer
<b>Fleisch und genießbare Schlachtnieberzeugnisse von Hausgeflügel, frisch, gekühlt oder gefroren:</b>	0207
<b>– von Hühnern:</b>	
<b>– – unzerteilt, frisch oder gekühlt:</b>	
– – – gerupft entdarnt, mit Kopf und Ständer, genannt „Hühner 83 v.H.“Vorderviertel, zusammen oder getrennt .....	0207 11 10
– – – gerupft, ausgenommen, ohne Kopf und Ständer, mit Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Hühner 70 v.H.“ .....	0207 11 30
– – – gerupft, ausgenommen, ohne Kopf und Ständer, ohne Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Hühner 65 v.H.“; andere Angebotsformen .....	0207 11 90
<b>– – unzerteilt, gefroren:</b>	
– – – gerupft, ausgenommen, ohne Kopf und Ständer, mit Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Hühner 70 v.H.“ .....	0207 12 10
– – – gerupft, ausgenommen, ohne Kopf und Ständer, ohne Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Hühner 65 v.H.“; andere Angebotsformen .....	0207 12 90
<b>– – Teile und Schlachtnieberzeugnisse, frisch oder gekühlt:</b>	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen .....	0207 13 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel .....	0207 13 20
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen .....	0207 13 30
– – – – – Rücken, Hälsen, Rücken mit Hälsen, Sterze oder Flügelspitzen .....	0207 13 40
– – – – – Brüste und Teile davon .....	0207 13 50
– – – – – Schenkel und Teile davon .....	0207 13 60
– – – – – andere .....	0207 13 70
– – – Schlachtnieberzeugnisse:	
– – – – Lebern .....	0207 13 91
– – – – andere .....	0207 13 99
<b>– – Teile und Schlachtnieberzeugnisse, gefroren:</b>	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen .....	0207 14 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel .....	0207 14 20
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen .....	0207 14 30
– – – – – Rücken, Hälsen, Rücken mit Hälsen, Sterze oder Flügelspitzen .....	0207 14 40
– – – – – Brüste und Teile davon .....	0207 14 50
– – – – – Schenkel und Teile davon .....	0207 14 60
– – – – – andere .....	0207 14 70
– – – Schlachtnieberzeugnisse:	
– – – – Lebern .....	0207 14 91
– – – – andere .....	0207 14 99

<b>– von Truthühnern:</b>	
<b>– – unzerteilt, frisch oder gekühlt:</b>	
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Ständer, mit Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Truthühner 80 v.H.“ .....	0207 24 10
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Ständer, ohne Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Truthühner 73 v.H.“, andere Angebotsformen.....	0207 24 90
<b>– – unzerteilt, gefroren:</b>	
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Ständer, mit Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Truthühner 80 v.H.“ .....	0207 25 10
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Ständer, ohne Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Truthühner 73 v.H.“, andere Angebotsformen.....	0207 25 90
<b>– – Teile und Schlachtnebenerzeugnisse, frisch oder gekühlt:</b>	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen.....	0207 26 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel.....	0207 26 20
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen.....	0207 26 30
– – – – – Rücken, Hälsen, Rücken mit Hälsen, Sterze oder Flügelspitzen.....	0207 26 40
– – – – – Brüste und Teile davon.....	0207 26 50
– – – – – Schenkel und Teile davon	
– – – – – – Unterschenkel und Teile davon.....	0207 26 60
– – – – – – andere.....	0207 26 70
– – – – – andere.....	0207 26 80
– – – Schlachtnebenerzeugnisse:	
– – – – Lebern.....	0207 26 91
– – – – andere.....	0207 26 99
<b>– – Teile und Schlachtnebenerzeugnisse, gefroren:</b>	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen.....	0207 27 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel.....	0207 27 20
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen.....	0207 27 30
– – – – – Rücken, Hälsen, Rücken mit Hälsen, Sterze oder Flügelspitzen.....	0207 27 40
– – – – – Brüste und Teile davon.....	0207 27 50
– – – – – Schenkel und Teile davon	
– – – – – – Unterschenkel und Teile davon.....	0207 27 60
– – – – – – andere.....	0207 27 70
– – – – – andere.....	0207 27 80
– – – Schlachtnebenerzeugnisse:	
– – – – Lebern.....	0207 27 91
– – – – andere.....	0207 27 99

<b>– von Enten:</b>	
<b>– – unzerteilt, frisch oder gekühlt:</b>	
– – – gerupft ausgeblutet, geschlossen oder entdarmt, mit Kopf und Paddeln, genannt „Enten 85 v.H.“.....	0207 41 20
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Paddeln, mit Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Enten 70 v.H.“.....	0207 41 30
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Paddeln, ohne Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Enten 63 v.H.“, andere Angebotsformen.....	0207 41 80
<b>– – unzerteilt, gefroren:</b>	
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Paddeln, mit Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Enten 70 v.H.“.....	0207 42 30
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Paddeln, ohne Hals, Herz, Leber und Muskelmagen, genannt „Enten 63 v.H.“, andere Angebotsformen.....	0207 42 80
<b>– – Fettlebern, frisch oder gekühlt.....</b>	0207 43 00
<b>– – andere, frisch oder gekühlt:</b>	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen.....	0207 44 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel.....	0207 44 21
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen.....	0207 44 31
– – – – – Rücken, Hälsen, Rücken mit Hälsen, Sterze oder Flügelspitzen.....	0207 44 41
– – – – – Brüste und Teile davon.....	0207 44 51
– – – – – Schenkel und Teile davon.....	0207 44 61
– – – – – Entenrumpfe.....	0207 44 71
– – – – – andere.....	0207 44 81
– – – Schlachtnebenerzeugnisse:	
– – – – Lebern (ausgenommen Fettlebern).....	0207 44 91
– – – – andere.....	0207 44 99
<b>– – andere, gefroren:</b>	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen.....	0207 45 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel.....	0207 45 21
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen.....	0207 45 31
– – – – – Rücken, Hälsen, Rücken mit Hälsen, Sterze oder Flügelspitzen.....	0207 45 41
– – – – – Brüste und Teile davon.....	0207 45 51
– – – – – Schenkel und Teile davon.....	0207 45 61
– – – – – Entenrumpfe.....	0207 45 71
– – – – – andere.....	0207 45 81
– – – Schlachtnebenerzeugnisse:	
– – – – Lebern:	
– – – – – Fettlebern.....	0207 45 93
– – – – – andere.....	0207 45 95
– – – – andere.....	0207 45 99

<b>– von Gänsen:</b>	
<b>– – unzerteilt, frisch oder gekühlt:</b>	
– – – gerupft ausgeblutet, geschlossen mit Kopf und Paddeln, genannt „Gänse 82 v.H.“ .....	0207 51 10
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Paddeln, mit oder ohne Herz und Muskelmagen, genannt „Gänse 75 v.H.“; andere Angebotsformen .....	0207 51 90
<b>– – unzerteilt, gefroren:</b>	
– – – gerupft ausgeblutet, geschlossen mit Kopf und Paddeln, genannt „Gänse 82 v.H.“ .....	0207 52 10
– – – gerupft ausgenommen, ohne Kopf und Paddeln, mit oder ohne Herz und Muskelmagen, genannt „Gänse 75 v.H.“; andere Angebotsformen .....	0207 52 90
<b>– – Fettlebern, frisch oder gekühlt.....</b>	0207 53 00
<b>– – andere, frisch oder gekühlt:</b>	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen.....	0207 54 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel.....	0207 54 21
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen.....	0207 54 31
– – – – – Rücken, Hälsen, Rücken mit Hälsen, Sterze oder Flügelspitzen.....	0207 54 41
– – – – – Brüste und Teile davon.....	0207 54 51
– – – – – Schenkel und Teile davon.....	0207 54 61
– – – – – Gänserümpfe.....	0207 54 71
– – – – – andere.....	0207 54 81
– – – Schlachtnebenerzeugnisse:	
– – – – Lebern (ausgenommen Fettlebern).....	0207 54 91
– – – – andere.....	0207 54 99
<b>– – andere, gefroren:</b>	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen.....	0207 55 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel.....	0207 55 21
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen.....	0207 55 31
– – – – – Rücken, Hälsen, Rücken mit Hälsen, Sterze oder Flügelspitzen.....	0207 55 41
– – – – – Brüste und Teile davon.....	0207 55 51
– – – – – Schenkel und Teile davon.....	0207 55 61
– – – – – Gänserümpfe.....	0207 55 77
– – – – – andere.....	0207 55 81
– – – Schlachtnebenerzeugnisse:	
– – – – Lebern:	
– – – – – Fettlebern.....	0207 55 93
– – – – – andere.....	0207 55 95
– – – – – andere.....	0207 55 99

<b>– von Perlhühnern:</b>	
– – unzerteilt, frisch, gekühlt oder gefroren.....	0207 60 05
– – andere, frisch, gekühlt oder gefroren:	
– – – Teile:	
– – – – ohne Knochen.....	0207 60 10
– – – – mit Knochen:	
– – – – – Hälften oder Viertel.....	0207 60 21
– – – – – ganze Flügel, auch ohne Flügelspitzen.....	0207 60 31
– – – – – Rücken, Häse, Rücken mit Häsen, Sterze oder Flügelspitzen.....	0207 60 41
– – – – – Brüste und Teile davon.....	0207 60 51
– – – – – Schenkel und Teile davon.....	2027 60 61
– – – – – andere.....	0207 60 81
– – – Schlachtnebenerzeugnisse:	
– – – – Lebern.....	0207 60 91
– – – – andere.....	0207 60 99

**Anhang 6: Warenbezeichnung und Warennummern gemäß HS (Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014a)**

Warenbezeichnung	Warennummer
<b>Würste und ähnliche Erzeugnisse, aus Fleisch, Schlachtnebenerzeugnissen oder Blut; Lebensmittelzubereitungen auf der Grundlage dieser Erzeugnisse:</b>	1601
– aus Lebern.....	1601 00 10
– andere:	
– – Rohwürste, getrocknet oder streichfähig.....	1601 00 91
– – andere.....	1601 00 99

Anhang 7: Warenbezeichnung und Warennummern gemäß HS (Quelle: Statistisches Bundesamt, 2014a)

Warenbezeichnung	Warennummer
<b>Fleisch, Schlachtnebenerzeugnisse oder Blut, anders zubereitet oder haltbar gemacht:</b>	1602
– <b>homogenisierte Zubereitungen</b> .....	1602 10 00
– <b>aus Lebern aller Tierarten:</b>	
– – von Gänsen oder Enten.....	1602 20 10
– – andere.....	1602 20 90
– <b>von Geflügel der Position 01.05:</b>	
– – <b>von Truthühnern:</b>	
– – – mit einem Anteil an Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnissen von Geflügel von 57 GHT oder mehr:*	
– – – – ausschließlich nicht gegartes Fleisch von Truthühnern enthaltend.....	1602 31 11
– – – – andere.....	1602 31 19
– – – andere.....	1602 31 80
– – <b>von Hühnern:</b>	
– – – mit einem Anteil an Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnissen von Geflügel von 57 GHT oder mehr:*	
– – – – nicht gegart.....	1602 32 11
– – – – andere.....	1602 32 19
– – – mit einem Anteil an Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnissen von Geflügel von 25 GHT oder mehr, jedoch weniger als 57 GHT*.....	1602 32 30
– – – andere.....	1602 32 90
– – <b>andere:</b>	
– – – mit einem Anteil an Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnissen von Geflügel von 57 GHT oder mehr:*	
– – – – nicht gegart.....	1602 39 21
– – – – andere.....	1602 39 29
– – – andere.....	1602 39 85
– <b>von Schweinen:</b>	
– – <b>Schinken und Teile davon:</b>	
– – – von Hausschweinen.....	1602 41 10
– – – andere.....	1602 41 90
– – <b>Schultern und Teile davon:</b>	
– – – von Hausschweinen.....	1602 42 10
– – – andere.....	1602 42 90
– – <b>andere, einschließlich Mischungen:</b>	
– – – von Hausschweinen:	
– – – – mit einem Gehalt an Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnissen aller Art, einschließlich Schweinespeck und Fette jeder Art oder Herkunft, von 80 GHT oder mehr:	
– – – – – Kotelettstränge (ausgenommen Nacken) und Teile davon, einschließlich Mischungen aus Kotelettsträngen und Schinken.....	1602 49 11

----- Nacken und Teile davon, einschließlich Mischungen aus Nacken und Schultern.....	1602 49 13
----- andere Mischungen, Schinken, Schultern, Kotelettsträngen oder Nacken und Teile davon enthaltend.....	1602 49 15
----- andere.....	1602 49 19
----- mit einem Gehalt an Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnissen aller Art, einschließlich Schweinespeck und Fette jeder Art oder Herkunft, von 40 GHT oder mehr, jedoch weniger als 80 GHT.....	1602 49 30
----- mit einem Gehalt an Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnissen aller Art, einschließlich Schweinespeck und Fette jeder Art oder Herkunft, von weniger als 40 GHT.....	1602 49 50
----- andere.....	1602 49 90
<b>- von Rindern:</b>	
-- nicht gegart; Mischungen aus gegartem Fleisch oder gegarten Schlachtnebenerzeugnissen und nicht gegartem Fleisch oder nicht gegarten Schlachtnebenerzeugnissen.....	1602 50 10
-- andere:	
--- Comed Beef, in luftdicht verschlossenen Behältern.....	1602 50 31
--- andere.....	1602 50 95
<b>- andere, einschließlich Zubereitungen aus Blut aller Tierarten:</b>	
-- Zubereitungen aus Blut aller Tierarten.....	1602 90 10
-- andere:	
--- von Wild oder Känninchen.....	1602 90 31
--- andere:	
---- Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnisse von Hausschweinen enthaltend.....	1602 90 51
---- andere:	
----- Fleisch oder Schlachtnebenerzeugnisse von Rindern enthaltend:	
----- nicht gegart; Mischungen aus gegartem Fleisch oder gegarten Schlachtnebenerzeugnissen und nicht gegartem Fleisch oder nicht gegarten Schlachtnebenerzeugnissen.....	1602 90 61
----- andere.....	1602 90 69
----- andere:	
----- von Schafen.....	1602 90 91
----- von Ziegen.....	1602 90 95
----- andere.....	1602 90 99



# Impressum

## Herausgeber

Bundesministerium für Ernährung und  
Landwirtschaft (BMEL)  
53123 Bonn  
[www.agrarexportfoerderung.de](http://www.agrarexportfoerderung.de)

## Stand

Dezember 2014

## Ansprechpartner

Referat 424  
(Absatzförderung, Qualitätspolitik)  
Rochusstraße 1  
53123 Bonn  
Tel.: +49-(0)228-99529-3877  
E-Mail: [424@bmel.bund.de](mailto:424@bmel.bund.de)

## Text

Agrifood Management & Strategy GmbH  
Weender Landstraße 6  
37073 Göttingen  
[www.agrifood-consulting.de](http://www.agrifood-consulting.de)

Projektleitung/Projektbearbeitung  
Dr. Christina Münch, Julia Waldmann

## Umschlaggestaltung

BMEL

## Druck

BMEL

## Disclaimer/Haftungsausschluss

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt die Agrifood keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Zielgruppenanalyse bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Zielgruppenanalyse getroffen werden.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ist für den Inhalt der Analyse nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen des Verfassers wiedergegeben.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter  
[www.bmel.de/export](http://www.bmel.de/export)