

AHK-Geschäftsreise „Molkereiprodukte Japan“



日独交流150周年
Jahre Freundschaft
Deutschland-Japan

29.11. bis 3.12.2010

Steigen Sie in einen der größten Importmärkte für Molkereiprodukte ein!



AHK-Geschäftsreise der Auslandshandelskammer Japan (AHK Japan) gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV)

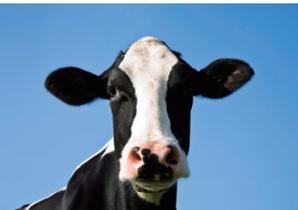
Japan importierte im Jahr 2009 Molkereiprodukte im Wert von rund 885 Mio. Euro. Allein die Käse-Einfuhr betrug 585 Mio. Euro. Japan ist damit der weltweit zweitgrößte Importeur von Käseprodukten.

Der gesamte japanische Markt für Molkereiprodukte hatte 2009 ein Volumen von etwa 15 Mrd. Euro. Der Absatz von Milch, Butter und Co. ist stabil und soll bis 2013 um 12 Prozent wachsen. Unter anderem Käse, Milchzucker und Joghurt gelten als Bereiche mit großem Wachstumspotenzial.

Lebensmittel „Made in Germany“ genießen in Japan einen ausgezeichneten Ruf. Besonders mit Qualitätsprodukten können deutsche Unternehmen vergleichbar hohe Preise erzielen. Japanische Partner sind fair, zuverlässig und finanzstark.

Gleichzeitig ist Japan aber auch ein sehr anspruchsvoller Markt. Nicht nur Sprache und Kultur, sondern auch das Verständnis von Qualität, Produktdesign und Service unterscheiden sich stark von Europa. Die AHK Japan begleitet Sie im Rahmen dieser AHK-Geschäftsreise als erfahrener Partner bei Ihren ersten Schritten in diesen attraktiven Markt.

Zwar liegt der Schwerpunkt dieses Projektes auf der Vermittlung von Geschäftskontakten für Sie, doch erhalten Sie während dieser Reise auch ein attraktives Rahmenprogramm. So legen Sie den Grundstein für Ihr erfolgreiches Japan-Engagement!



Gefördert durch:



Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz



Deutsche Industrie- und
Handelskammer in Japan
在日ドイツ商工会議所



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Schließen Sie neue Geschäftskontakte!

Die Veranstaltung in Japan besteht aus zwei Teilen:

Informations-, Präsentationsveranstaltungen (Mo, Di)

In den Vormittags-Workshops erhalten Sie vertiefende Informationen zum Markt für Molkereiprodukte. Die Vorträge werden von erfahrenen Experten gehalten, mit denen Sie Praxiserfahrungen austauschen können.

Am Montagnachmittag lassen Sie Ihre Produkte bei einer Hausmesse in der AHK Japan verkosten. Hier können Sie direkt von Verbrauchern erfahren, ob Ihre Produkte in Japan Akzeptanz finden.

Am Dienstagnachmittag präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Produkte vor einem japanischen Fachpublikum aus Importeuren, Industrievertretern und Medien. Beim folgenden Networking Event können Sie Kontakte mit den Gästen der Präsentationsveranstaltung aufbauen.

Individuelle Geschäftstermine (Mi – Fr)

Unsere erfahrenen japanischen Mitarbeiter wählen in enger Zusammenarbeit mit Ihnen passende Zielunternehmen in Japan aus und nehmen Kontakt mit ihnen auf. Der gute Name der AHK Japan öffnet Ihnen dabei die Türen zu den richtigen Entscheidungsträgern.

Wir bereiten für Sie eine individuelle Geschäftsreise in Japan vor und stellen Ihnen einen Dolmetscher zur Verfügung, welcher Sie zu Ihren Terminen begleitet.

Die Teilnahme am Programm in Japan ist für Unternehmen mit Sitz in Deutschland im Rahmen der BMELV-Förderung kostenlos. Sie müssen lediglich Ihre Reise- und Übernachtungskosten, Transfers in Japan sowie ggf. den Musterversand nach Japan selbst tragen.

Wenn Sie teilnehmen möchten, schicken Sie uns bitte das nachfolgend abgebildete Formular per Fax zu.

Über die Milchwirtschaft hinaus sind auch Unternehmen aus dem Bereich Milchersatzprodukte ausdrücklich zur Teilnahme eingeladen.

	Vormittag	Nachmittag
So 28.11.	Ankunft Tokyo	Am Abend: Dinner Briefing
Mo 29.11.	Expertengespräch Markttrends in Japan	Hausmesse und Verkostung Zielgruppe: Verbraucher
Di 30.11.	Expertengespräch Einfuhrregulierungen, Handelsrecht in Japan	Präsentation und Verkostung Zielgruppe: Importeure, Fachmedien Im Anschluss: Networking Event
Mi 01.12.	Individuelle Geschäftstermine (etwa 2 pro Tag)	
Do 02.12.	Individuelle Geschäftstermine (etwa 2 pro Tag)	
Fr 03.12.	Individuelle Geschäftstermine (etwa 2 pro Tag)	
Sa 04.12.	Abflug Tokyo	

Es dürfen maximal 8 Unternehmen teilnehmen. Verbindliche Anmeldungen werden auf „first come, first serve“-Basis berücksichtigt. **Anmeldeschluss ist der 30. September 2010.**

Im September 2010 wird eine ausführliche Marktstudie zu diesem Thema veröffentlicht, welche der deutschen Milchwirtschaft kostenfrei zur Verfügung steht.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

Björn Koslowski

Email: bkoslowski@dihkj.or.jp, Tel: +81-3-5276-8821

Anmeldung per FAX an: +81-3-5276-8736

Verbindliche Anmeldung zur AHK-Geschäftsreise „Molkereiprodukte Japan“ vom 29.11. bis 3.12.2010

Unternehmen: _____

Name Teilnehmer: _____

Straße / Nr.: _____

PLZ, Ort: _____

Tel.: _____

E-Mail: _____

Branche / Kategorie: _____

Unterschrift: _____

Nach Ihrer Anmeldung setzen wir uns umgehend mit Ihnen in Verbindung. Änderungen im Programm vorbehalten. Sollte die Mindestteilnehmerzahl von vier Unternehmen nicht erreicht werden oder das Projekt aus anderen Gründen nicht durchgeführt werden können, übernimmt die AHK Japan für die angemeldeten Teilnehmer dadurch anfallende Kosten (z.B. aus der Stornierung von Flugbuchungen) nicht. Im Falle von Abmeldungen von dieser Reise nach dem 29.10.2010 behält sich die AHK Japan vor, dem abmeldenden Unternehmen einen pauschalen Ausfallbetrag von 1.000 Euro für die bis dahin entstandenen Aufwendungen in Rechnung zu stellen.

1. Marktgröße und Entwicklung Molkereiprodukte

Marktgröße Molkereiprodukte

- ▶ Milchkomponenten (u.a. Kasein, Molke, Milchzucker) machten 2009 fast 40 Prozent des japanischen Molkereiprodukt-Marktes aus.
- ▶ Bis 2013 wird ein Wachstum von 12 Prozent erwartet.

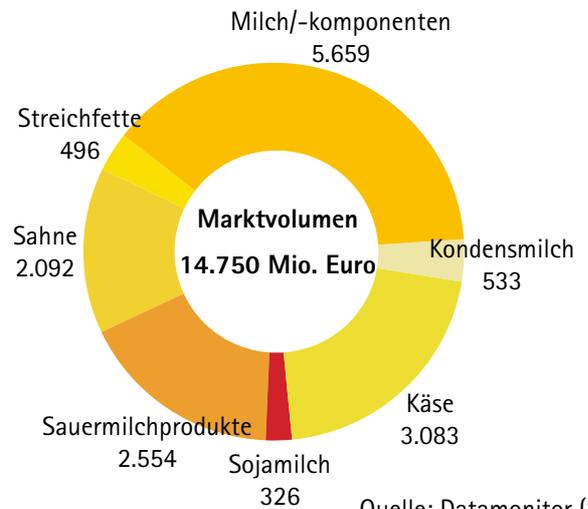
Entwicklung Marktgröße Molkereiprodukte

- ▶ Der Markt für Molkereiprodukte exklusive Trinkmilch wuchs von 2005 bis 2009 um 9 Prozent auf Mengengbasis.
- ▶ Treiber für diese Entwicklung war das Segment „Milchkomponenten“ (Kasein, Molke, Milchzucker etc.), welches im Zeitraum 2005 bis 2009 um 76 Prozent wuchs. Andere Wachstumsbereiche waren: Sahne (+15 Prozent), Kondensmilch (+10 Prozent) und Sauermilchprodukte (+5 Prozent).
- ▶ Das hier nicht dargestellte Segment Trinkmilch schrumpfte im Zeitraum 2005–2009 um 17 Prozent. In absoluten Zahlen bedeutete dies einen Rückgang von 642.000 t auf 3,17 Mio. t Marktvolumen im Jahr 2009.

Wachstumsaussichten

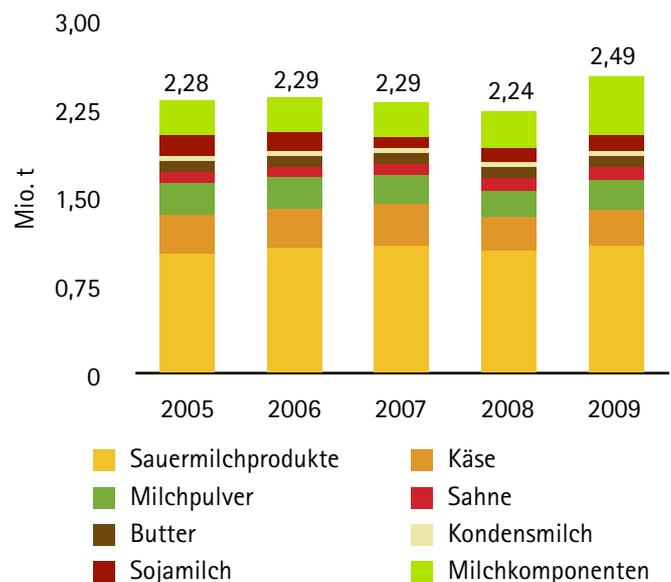
- ▶ Wachstumschancen bieten sich für die kommenden Jahre vor allem bei Molkereiprodukten, welche positive Effekte auf die Gesundheit haben. Hierzu gehören die Segmente Sojamilch und Sauermilchprodukte.
- ▶ Käse wird in Japan noch immer eher als Premium-Lebensmittel angesehen. Der Käse-Verbrauch wurde daher infolge sinkender verfügbarer Einkommen während der Wirtschaftskrise eingeschränkt. Mit der Erholung der Wirtschaft wird in diesem Segment jedoch wieder stabiles Wachstum erwartet.

Marktgröße Molkereiprodukte 2009 auf Wertbasis (in Mio. Euro)



Quelle: Datamonitor (2010)

Entwicklung Marktgröße Molkereiprodukte auf Mengengbasis (exkl. Trinkmilch) 2005 bis 2009



Quelle: MAFF, Japan Customs, DE Research (2010)

Wachstumsaussichten Molkereiprodukte auf Mengengbasis

Segment	2005–2009	2009–2013
Milch/-komponenten	-11,8%	3,4%
Sauermilchprodukte	4,8%	9,6%
Käse	-8,3%	14,5%
Milchpulver	-6,8%	-1,9%
Sahne	15,3%	-5,9%
Butter	-9,2%	-3,3%
Kondensmilch	10,1%	-4,0%
Sojamilch	-13,0%	15,6%
Gesamtmarkt	-8,3%	4,8%

Quelle: Datamonitor, MAFF, Japan Customs, DE Research (2010)

2. Import von Molkereiprodukten nach Japan

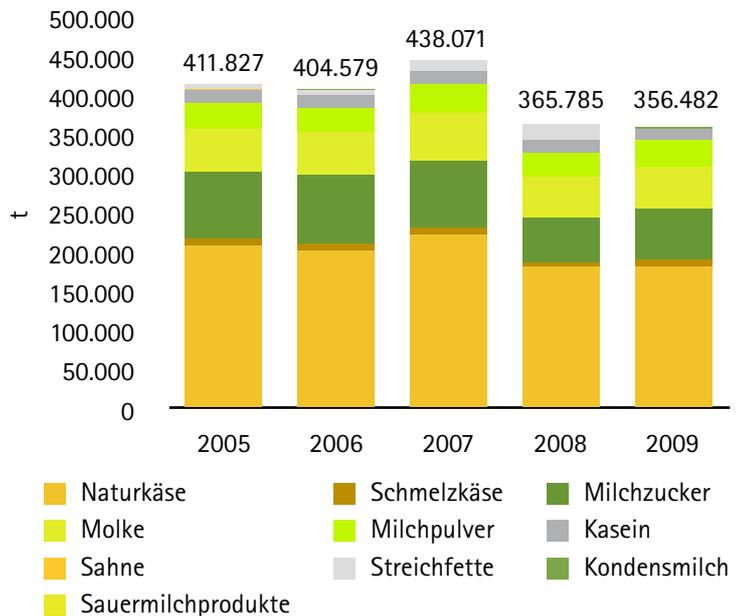
Entwicklung des gesamten japanischen Molkerei-produkt-Importmarktes

- ▶ Seit Beginn der Wirtschaftskrise ist der Importmarkt um etwa 20 Prozent eingebrochen. Insbesondere die Segmente Milchzucker (-22 Prozent) und Käse (-19 Prozent) verloren an Importvolumen.
- ▶ In den kommenden Jahren dürfte sich der Importmarkt aber wegen der positiven Gesamtentwicklung des Marktes erholen.
- ▶ Auch der weiterhin starke Yen sollte zu einer Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit ausländischer Anbieter führen.
- ▶ Der Importmarkt machte 2009 auf Mengenbasis etwa 6 Prozent des gesamten japanischen Molkereiprodukt-Marktvolumens aus.
- ▶ Einige Teilsegmente, wie z.B. Käse, sind jedoch wesentlich stärker von Importware geprägt.

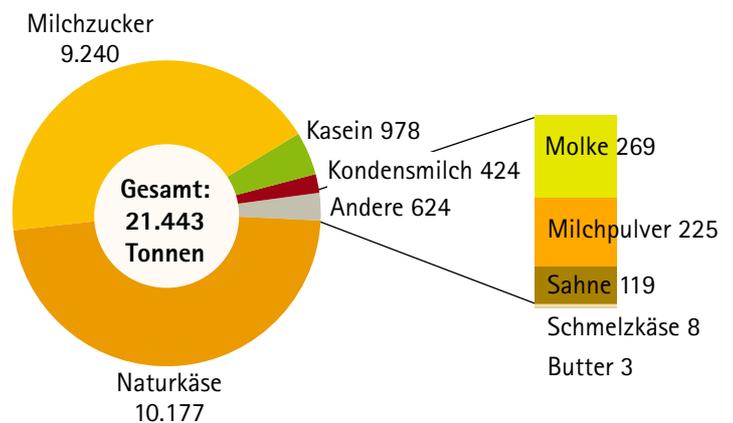
Import von Molkereiprodukten aus Deutschland

- ▶ Nachdem Molkereiproduktimporte aus Deutschland nach Japan im Jahr 2007 auf Mengenbasis ein 10-Jahres-Hoch von über 31.000 t erreichten, verloren sie während der Wirtschaftskrise fast ein Drittel an Volumen.
- ▶ Eine Erholung ist jedoch aufgrund der positiven Erwartung der Gesamtmarkt-Entwicklung sowie des starken Yen auch hier absehbar.
- ▶ Auf Mengenbasis war Deutschland 2009 fünft größter Importeur von Molkereiprodukten nach Japan (Top 3: USA, Australien, Neuseeland). Der deutsche Marktanteil betrug 6 Prozent.
- ▶ Auf CIF-Basis wurden zuletzt Molkereiprodukte im Wert von ca. 43,7 Mio. Euro aus Deutschland nach Japan importiert. Der Gesamtimportwert Japans lag im Jahr 2009 bei 885 Mio. Euro.

Entwicklung des Importmarktes 2005 bis 2009 auf Mengenbasis



Japans Import von Molkereiprodukten aus Deutschland 2009 auf Mengenbasis (in Tonnen)



Quelle: Japan Customs (2010)

Chancen und Herausforderungen beim Markteinstieg in Japan

Chancen

- ▶ Großer Importmarkt mit hohem Absatzpotenzial.
- ▶ Wesentlich höheres Preisniveau als in Europa.
- ▶ Yen-Aufwertung verbessert Wettbewerbsfähigkeit deutscher Einfuhren (Durchschnittskurs Euro/Yen 2005-2009: 145, Januar bis Juni 2010: 120).
- ▶ Lieferbeziehungen zu japanischen Partnern sind meist langfristig und fair.
- ▶ Der japanische Markt ist sehr anspruchsvoll an Qualität, Produktdesign und Service. Hier gemachte Erfahrungen können in anderen Zielmärkten angewendet werden.

Herausforderungen

- ▶ Molkereiprodukte unterliegen meist Wertzöllen zwischen 20-35%.
- ▶ Generell sind die Zollsätze für Molkereiprodukte mit Zuckerzusätzen höher als solche ohne. Auch Waren mit hohem Fettgehalt unterliegen erhöhten Zollsätzen.
- ▶ Für viele Molkereiprodukte bestehen Einfuhrquoten. Werden diese überschritten, müssen Importeure zusätzliche Gewichtszölle zahlen.
- ▶ Die geographische Entfernung zwischen Deutschland und Japan macht den Transport von frischen Produkten teuer.