

Berlini mezőgazdasági és környezetügyi szakdiplomata éves szakmai beszámolója 2015/2016

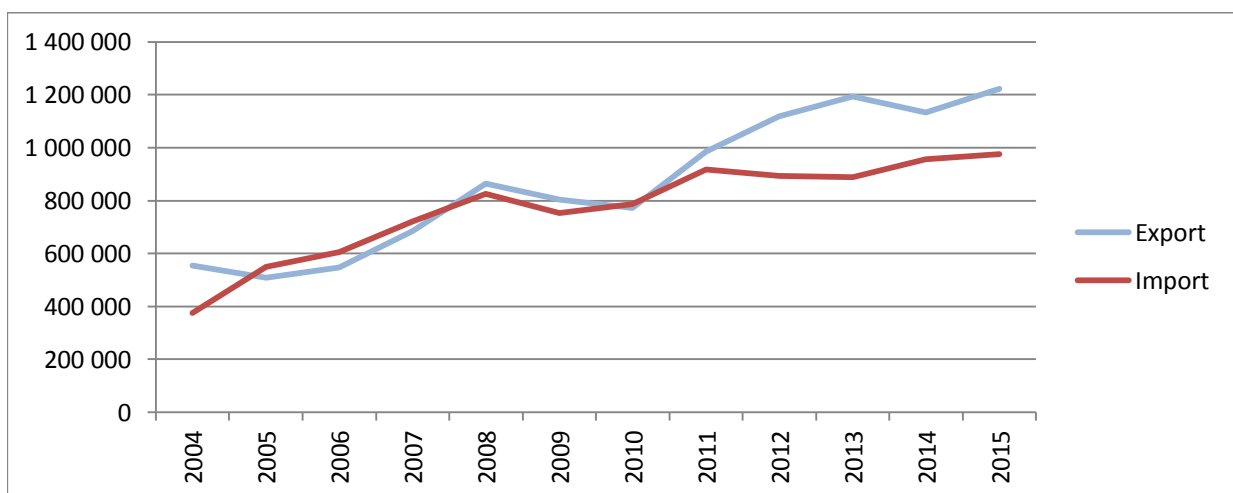
Magyarország Berlini Nagykövetségén 2012. szeptember 1-je óta dolgozom, mint mezőgazdasági és környezetügyi szakdiplomata.

Politikai látogatások:

A 2015/2016 évben is számos miniszteri, parlamenti alelnöki, parlamenti képviselő, államtitkári, helyettes államtitkári, illetve vezetői szintű beutazás történt Németországba, és Magyarországra is történt tartományi szintű miniszteri beutazás. A politikai kapcsolatokon túl a szakértői szintű együttműködés is szorosabbá és hatékonyabbá vált.

Gazdasági jellemzők:

A Németországba irányuló kivitelünk mennyiségben ismét nőtt a 2015. évben és a 2016. év I-IV havi adatai is rekord vagy legalább rekord-közeli kereskedelmi adatokat vetítenek előre. Az elmúlt négy év munkájának eredménye, hogy sikerült egy stabil és jelentős agrár-külkereskedelmi többletet elérni Magyarország legfontosabb piacán, a német piacon.



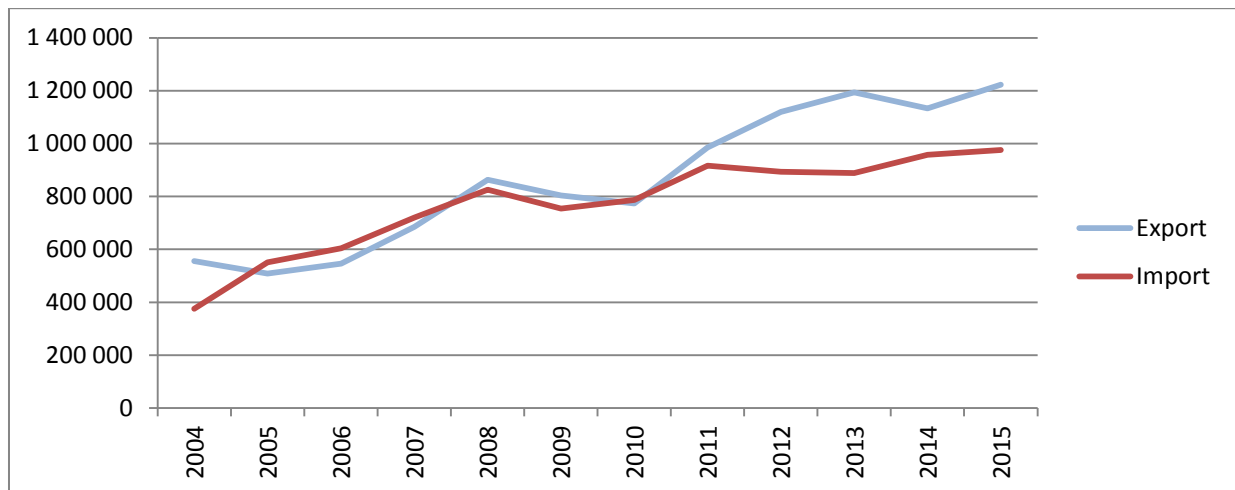
Továbbra is még ki nem használt lehetőség rejlik a magyar bor, a feldolgozott sertéstermékek (kolbász, szalámi, mangalica-termékek) piacfejlesztésében. A legnagyobb élelmiszer-promóciós rendezvényünk a Magyar Szüret, és az ebből fakadó sikerek is ezt erősítik meg bennem. A több éve tartó bor promóciós erőfeszítések is meghozták gyümölcsöket – több áruházlánc magyar borheteket tervez a 2017. évben – mely eredménye várhatóan millió literekben mérhető.

Politikai látogatások:

A 2015/2016 évben is számos miniszteri, parlamenti alelnöki, parlamenti képviselő, államtitkári, helyettes államtitkári, illetve vezetői szintű beutazás történt Németországba, és Magyarországra is történt tartományi szintű miniszteri beutazás. A politikai kapcsolatokon túl a szakértői szintű együttműködés is szorosabbá és hatékonyabbá vált.

Gazdasági jellemzők:

A Németországba irányuló kivitelünk mennyiségben ismét nőtt a 2015. évben és a 2016. év I-IV havi adatai is rekord vagy legalább rekord-közeli kereskedelmi adatokat vetítenek előre. Az elmúlt négy év munkájának eredménye, hogy sikerült egy stabil és jelentős agrár-külkereskedelmi többletet elérni Magyarország legfontosabb piacán, a német piacon.



Továbbra is még ki nem használt lehetőség rejlik a magyar bor, a feldolgozott sertéstermékek (kolbász, szalámi, mangalica-termékek) piacfejlesztésében. A legnagyobb élelmiszer-promóciós rendezvényünk a Magyar Szüret, és az ebből fakadó sikerek is ezt erősítik meg bennem. A több éve tartó bor promóciós erőfeszítések is meghozták gyümölcsöket – több áruházlánc magyar borheteket tervez a 2017. évben – mely eredménye várhatóan millió literekben mérhető.

Fentiekén túl bizonyos bio-gyógynövények esetében – az európai szintű hiány miatt – lehet biztos és stabil piacot találnunk Németországban.

Agrárpolitikai fejlemények:

Németországban is központi kérdés az agrárpiaci válság, mely elsősorban a tej és sertéságazatot érinti. Németország egy 100+x millió EUR összegű nemzeti segélyprogram létrehozását tervezi – mely elsősorban nem a tej-mennyiségének csökkentését szolgálja, így tüneti kezelést eredményez.

A TTIP tárgyalások esetében a német kormány óvatos kommunikációja volt jellemző. Mivel 2017. év választási év lesz Németországban, várhatóan a német kormány mindent elkövet, hogy ne váljon kampánytémává a kérdés.

A kormányzó pártok és CDU/CSU és SPD támogatottsága az évben jelentősen visszaesett. Ez különösen a szocialisták számára jelentett problémát – volt amikor 19,5 % körüli támogatottsági értéken álltak. Emiatt politikájukra jellemző a populárisabb, a német választóknak jobban tetsző irányvonal felvétele (például a glifozát hatóanyag engedélyezésének blokkolása, néhány kritikusabb hang a TTIP-ről, a tejtámogatási csomag átforgalmazásának igénye).

Személyes agrárdiplomácia sikerként könyvelhető el, hogy 2013 májusától 2016. áprilisáig a berlini Agrárdiplomata Klub alelnökeként is tevékenykedem.

Béki Nándor

1. Németország fontosabb jellemzői

Németország Magyarország legfontosabb élelmiszergazdasági piaca. A 2014. évben 282 Mrd EUR összeget adtak ki a német fogyasztók élelmiszerre, italokra, dohányra és vendéglátóhelyeken történt fogyasztásra, mely körülbelül 270 EUR/fő/hó fogyasztási adatot jelent. Németország 76 Mrd. EUR értékben importált élelmiszert, míg behozatala 67 Mrd. EUR összeget tett ki.

A mező- és erdőgazdaság, valamint a halászat stratégiai fontosságú területe a német gazdaságnak. Bár csak a munkavállalók 1,6 %-át foglalkoztatja és a GDP 0,8 %-át jelenti, a gazdasági jelentősége mégis nagy, hiszen az 52,7 (2014) Mrd €-t kitevő forgalma nagyobb, mint például a textilipar (22,1 Mrd €), a papíripar (37,7 Mrd €) vagy a gyógyszeripar (45,1 Mrd €) forgalma.

Amennyiben a mezőgazdaságot kibővítve nézzük, akkor megállapítható, hogy az agribizniszből származik minden 9. munkahely (4,5 millió fő), és a GDP 11 %-át jelenti a 750.000 vállalkozás és a 336,5 Mrd EUR összegű forgalom.

Az agrárstatisztikai adatok szerint a 2014. év német szempontból nem volt egy nagyon sikeres időszak. Az előző évhez képest az ágazat termelési értéke 1,3%-kal csökkent, az ágazat bruttó hozzáadott értéke 10,7 %-kal csökkent. Az orosz embargó hatásai, a tej- és sertéspiaci válság a gazdálkodók jövedelmének 70%-át elvitte – emiatt a nettó és a bruttó beruházások egy részét el kellett halasztani a gazdálkodóknak.

Míg például 2013-ban 36248 új traktort vásároltak a gazdálkodók, addig az előrejelzések szerint minimum 20 %-kal kevesebb került eladásra a 2015. évben.

Az állattenyésztésben – hatékonyságban – Németország az EU egyik élvonala. Az állatállomány alakulása a szarvasmarha esetében hullámzó, 2015-ben 12,7 millió volt, míg a tejelő szarvasmarha állomány 2008-2013 között gyakorlatilag nem változott, 4,2-3,4 milliós állatállomány jellemezte, enyhén de folyamatosan növekedett. 2015-ben csökkent valamelyest az állomány. A tejtermelés Németországban azonban tovább koncentrálódik. Míg 2010-ben 93 ezer gazdálkodó, addig 2015-ben 75 ezer gazdálkodó tartott tejelő tehenet. (N.B./ 2016-ban a tejpiaci krízis miatt ez a szám akár 65-68 ezer gazdálkodóra is csökkenhet).

A sertés esetében Németország az elmúlt 10 évben 25,7 millióról 28,7 millióra duzzasztotta állományát 2014-ig. Az elmúlt évben 600.000 állattal kevesebb, 28,1 millió volt az állatállományuk - azonban ennek megtartása a sertéspiaci krízis és az antibiotikumok csökkentése miatt a jövőben kihívást fog jelenteni az ország számára.

Az állattenyésztési ágazat Németországban exportorientált. A szarvasmarha, sertés, baromfi, tejtermékek és sajt önellátási foka 100 % felett van.

Az alábbi mezőgazdasági termékekből tipikusan alacsony az önellátási foka (2014):

tojás – 70,5 %
zöldségfélék 36 %
gyümölcs 12 %

A munka-intenzív ágazatok, mint a zöldségtermesztés esetében Németország a többszöri és viszonylag nagy mértékű minimálbér emeléssel versenytársaihoz képest hátrányba kerül. Emiatt a magyar zöldség-gyümölcsnek jobb esélye van a német piacokra kerülni, hiszen a német-hazaival szemben komolyabb árelőnybe kerülhet. Tudni kell azonban, hogy a német fogyasztók a „regionális” termékeket jobban előnyben részesítik, és hajlandóak érte többet fizetni, mint az import termékért.

A német élelmiszer kiskereskedelemben nagyon komoly oligopol helyzet alakult ki. Emiatt is kiemelt figyelem övezi azt a fúziót, melyben a legnagyobb élelmiszerlánc (Edeka) a 7. legnagyobb német élelmiszerláncot, a Tengemann (Kaisers) szeretné átvenni. Az üzlet bár már versenyjogi szempontból megkapta a jóváhagyást nem zárult le.

A német piac olyan szinten koncentrálódott, hogy a tíz legnagyobb élelmiszer kereskedelmi lánc a piac 87 %-át uralja. Legfontosabb élelmiszer kereskedelmi láncok a következők: Edeka-csoport (51,8 Mrd € bevétel, / 47,0 Mrd élelmiszerből), Rewe-csoport (37,2 / 27,7), Schwarz-csoport (34,1 / 27,6), Metro-csoport (29,7 / 10,5) Aldi-csoport (27,5 / 22,8).¹ Még megdöbbentőbb a koncentráció foka, ha az 50

¹ Forrás: <http://www.listenjunkie.de/2015/07/24/die-10-groessten-lebensmittelhaendler-deutschlands/>

legnagyobb kereskedőt vizsgáljuk: ők a teljes német élelmiszerforgalom értékének 99,2 %-át fedik le.

Németország a világ legfontosabb biotermék piaca, és a harmadik legnagyobb biogazdaságok által megművelt földterülettel rendelkezik.

A legnagyobb német biotermékeket kínáló hálózatok (2014)

Denn's (615 millió EUR forgalom, 166 árusító hely 2012-ben), Alnatura (593 millió EUR, 94 üzlet), BioCompany (114 millió EUR, 42 üzlet), Basic (111 millió EUR, 30 üzlet), SuperBioMarkt (36 millió EUR, 22 üzlet).

A német földpiac árainak emelkedése miatt azonban az ökoterdájkodás megtorpanni látszik, így Németország a jövőben még erősebb importra szorul ökoterdájkékből.

Németországban az egész évet uralta az agrárpiaci válság témája, ezen belül is a tejágazat esetében kritikus a helyzet. Volt időszak, amikor 20 cent alatti felvásárlási árat kínáltak a tejért. Több ezer gazda ment tönkre, és több ezer gazda helyzete szinte teljesen kilátástalan. Christian Schmidt agrárminiszter és Angela Merkel kancellár egy „100 millió + X” összegű nemzeti támogatásból finanszírozott csomagot jelentett be. Egyelőre ez csak egy bejelentés maradt, mivel az érintett minisztériumok között technikai viták, míg a koalíciós pártok között politikai viták alakultak ki a csomaggal kapcsolatosan.

Mivel a következő év választási év lesz, így a német belpolitikában jellemzővé vált az időszak végére, hogy a koalíción belül nehezebb vagy lehetetlenné vált a megállapodás. Az évben három tartományi választás volt, ahol a koalíciós pártok inkább vesztesei voltak a szavazásnak, míg a Zöldek komoly nyereségre tettek szert. Emiatt a Zöldek egyre több tartományi kormányban szerepelnek, ráadásul a német parlament felsőházában (Bundesrat) az Agrárbizottságban többségbe is kerültek. Ennek következménye lesz, hogy az élelmiszergazdaság témáiban, az agrárpolitikában a döntéshozatal ideje megnövekszik, és bizonytalanabbá válik az országban.

Logisztika:

A két ország közötti logisztikai lehetőségek ideálisak, mind vasúton, mind közúton kiválóan megközelíthető a teljes piac. Öröndetes tény, hogy az elmúlt években több szállítványozó is elkezdte a gyűjtő-fuvarozást a két ország között, így nem csak kamionnyi mennyiséget, hanem 1-1 palettát is könnyen és olcsón lehet szállítani a német nagyvárosokba (jellemző 2014-es árak: 120-210 EUR / paletta ár – szállítási módtól és célpont távolságától függően). Természetesen egész kamionra vonatkozó árak ennél jóval alacsonyabbak.

Fogyasztói preferenciák:

A német fogyasztói preferencia teljesen eltér a magyar ízlésvilágtól, így zsákutcát jelenthet, ha hazai fejjel gondolkodunk. Ezen különbségek abban is megnyilvánulnak, hogy nem ugyanaz a bor ízlik az átlag német fogyasztónak, mint a magyar vásárolóknak – vagy például a szalámi féléket a német fogyasztó paprika nélkül preferálja. Alapvető trend, hogy az egészségesebb élelmiszerek felé fordul a fogyasztók többsége. Ebbe a trendbe a magyar GMO-mentes termékeknek jó esélyük van.

A piacot a fogyasztói gondolkodás kettőssége (egyfajta fogyasztói skizofrénia) is jellemzi:

- „geiz ist nicht geil” avagy a minőség felé történő elmozdulás az egyik irány, míg a másik az óriási árverseny
- a biotermékek és az egészséges termékek előretörése a hétköznapiokon – míg az ünnepnapokon (mint pl.: Oktoberfest) a zsírosabb, egészségtelenebb ételek fogyasztása és a magasabb mennyiségű alkohol fogyasztás egyaránt jellemző, sőt el nem ítérendő, hanem a társadalom által elvárt norma.
- a társadalom megköveteli az állatokkal való kíméletes bánásmódot, azonban a többletköltségeket a 99% nem kívánja megfizetni

A fogyasztói elvárások a mezőgazdasági termelők irányába

A fogyasztó elvárja hogy	2014 (%)	2013 (%)
magas minőségű élelmiszert termeljenek	95	95
biztonságos élelmiszert termeljenek	94	93
az állatvédelemre különösen ügyeljenek	89	90
a környezetvédelemmel összhangban lévő gazdálkodást folytassanak	88	88
a kultúrtájat megőrizték	84	84
GMO-mentesen termeljenek	84	83
fenntartható termelésből származó alapanyagokat használjanak	76	79
vidéki munkahelyekről gondoskodjanak	65	67
olcsó élelmiszereket termeljenek	64	55

A fogyasztói elvárások rangsora gyakorlatilag nem változott, azonban figyelemre méltó, hogy 2014-ben 20%-kal megugrott azon válaszadók száma, akik az élelmiszer árát (olcsóságát) előtérbe helyezték. Ez kettősséget is jelenthet: lehet, hogy ismét egy trendforduló jön és az árverseny még keményebbé válik a következő években vagy a fogyasztók még kevésbé lesznek hajlandók megfizetni a magasabb minőségi előírásokból származó többletköltségeket?

Németországban a fogyasztók a márkázott termékeket általában előnyben részesítik az egyéb termékekkel szemben. Ezt a diszkont láncok is felismerték, így minden nagyobb kereskedelmi lánc saját maga építette fel a különböző saját márkás termékeit. Ez azt jelenti, hogy áruházláncként akár 20 féle sajátmárka is igyekszik meggyőzni a fogyasztókat arról, hogy a polcokon található termék „egy kicsit több” vagy „egy kicsit jobb” mint egy márka nélküli termék.

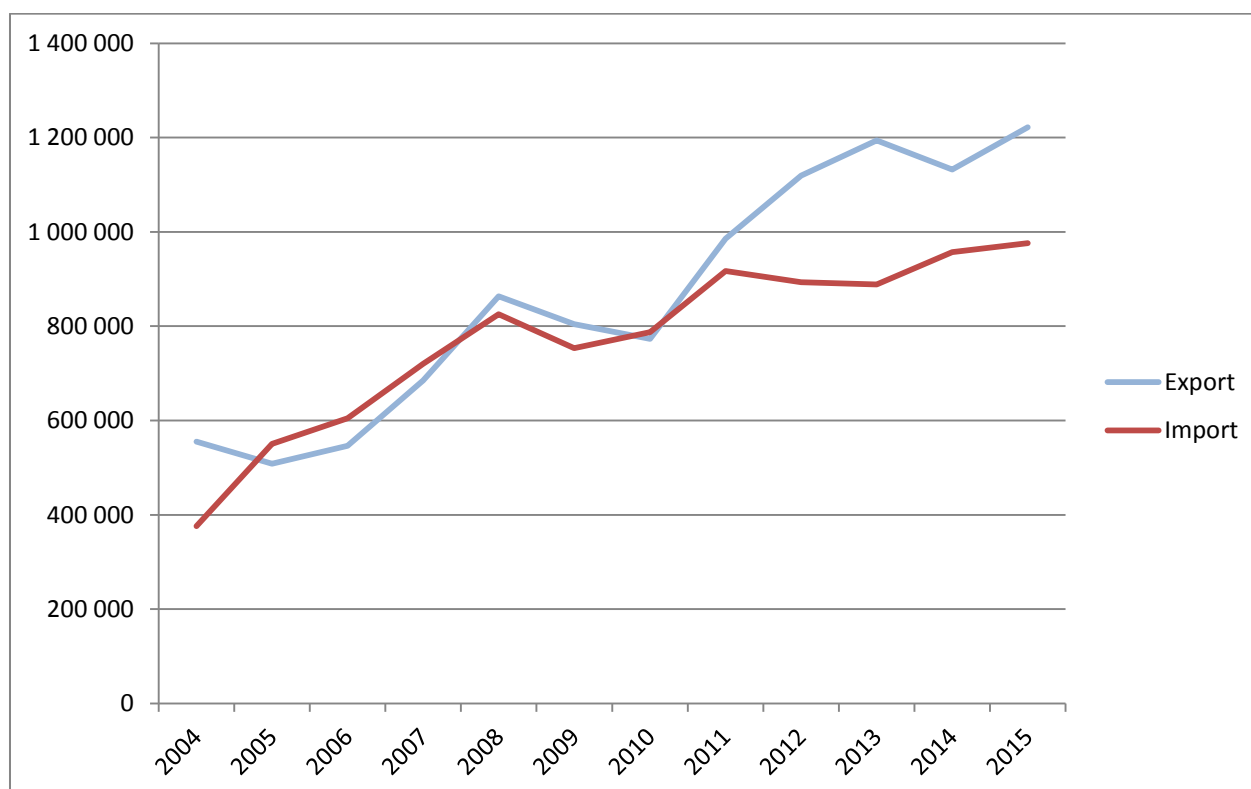
Az élelmiszergazdaság területén a feldolgozott termékeink esetében Magyarország a márkák építésével hátrányban van. A Tokaji, Zwack, Pick, Henkel márkákon kívül a német fogyasztó inkább csak az általános termékeket tudja sorolni, mint például a „paprika, méz, sárgabarack, dinnye” – mint magyar élelmiszeripari termék.

Emiatt ernyőmárkák építésére lenne szükség a német piacon. Az első ernyőmárkák a borok területén jelentek meg (OpenWine, Balatonbor), de figyelemre méltó a MNKH „áldomás” márkájának bevezetése is – mely jó iránynak tűnik, ha több magyar terméket magasabb áron kívánunk eladni ezen a piacon.

2. Magyarország export-lehetőségei a német piacon

2015-ben rekordot döntött a magyar agrár és élelmiszeripari termékek németországi exportja, mely 1,222 Mrd EUR összegével közel 8 %-kal magasabb, mint az előző évben. A Németországból származó agrárbehozatalunk értéke ennél jóval kisebb ütemben, mindössze 1,9 %-kal 976 millió euróra emelkedett. Emiatt a magyar-német reláció agrár-külkereskedelmi egyenlege több mint 246 millió EUR értékre nőtt (előző év: 174 millió EUR).

Az élelmiszergazdaság külkereskedelme a német-magyar relációban
(ezer EUR)



Az adatok forrása a www.ksh.gov.hu

A fenti grafikonból jól látható, hogy az elmúlt 4 évben stabilizálódott a német piacon a külkereskedelmi többletünk mennyisége, helyreállt az az alapelvárás, hogy Németország irányába nettó exportőrökké váljon hazánk.

Németország továbbra is tradicionálisan Magyarország legfontosabb exportpiaca az élelmiszergazdaság területén.

A német piac prioritása és részesedése folyamatosan növekszik. Míg 2012-ben 13,9 % volt addig 2015-ben 15,5 %-ra nőtt részesedése a teljes élelmiszergazdasági kivitelünkben.

A külkereskedelem behozatali oldalának koncentráltága még magasabb, Németországból az import árak közel 20 %-a érkezik hazánkba. **A 2015. I-XII. hó agrár-külkereskedelmi adatok a német-magyar relációban**

	2014. I-XII. (ezer EUR)	2015. I-XII. hó (ezer EUR)	(% / ezer EUR)
Összes export	7 726 298	7 903 524	+2,3%
Összes import	4 671 011	4 898 900	+4,8 %
Összes egyenleg	3 055 287	3 004 624	-50663 e. EUR
Export Németországba	1 132 544	1 222 123	+7,9%
Import Németországból	957 089	976 075	+1,9%
Német reláció egyenlege	175 455	246 048	+70 593 e. EUR

Az I-XII. havi Németországba irányuló exportunk értéke rekordot jelent, csakúgy mint a Németországból származó import értéke. A német reláció egyenlege jelentősen meghaladja a tavalyi évi - embargó mentes és agrárpiaci árnyomástól kevésbé érintett – adatokat.

Kivitel termékcsoportok szerint:

	2014.	2015.	%-os változás 2014-hez képest
I. Élő állatok, állati termékek (01-05)	126 729	142 632	12,5%
II. Növényi termékek (06-14)	399 458	412 389	3,2%
III. Állati és növényi zsír, olaj és viasz (15)	65 652	82 986	26,4%
IV. Élelmiszer-készítmények, italok, dohány (16-24)	540 705	584 116	8,0%
Összesen	1 132 544	1 222 123	7,9%

Örvendetes tény, hogy minden termékcsoportban emelkedett a kivitelünk. Az exportunk 47,8 %-át élelmiszer-készítmények, élelmiszeripari termékek adják.

A magyar élelmiszergazdaság exportja KN4 kódok alapján:

	2014.	2015.	%-os változás 2014-hez képest
1005 Kukorica	93116744	105305588	13,1%
2309 Állatok etetésére szolgáló készítmények és takarmányok	88611334	100465536	13,4%
1205 Repce- vagy olajrepcemag, törve is	126553323	95857237	-24,3%
2207 Nem denaturált alkohol min. 80% alkoholtartalommal; etilalkohol és más szesz denaturálva	71592749	91196873	27,4%
0207 Baromfi élelmezési célra alkalmas húsa, vágási mellékterméke és belseje frissen, hűtve vagy fagyasztva	57961135	66941459	15,5%
1512 Napraforgómag-, pórsáfránymag- és gyapotmagolaj és ezek frakciói finomítva is, de vegyileg nem átalakítva	62319707	66640364	6,9%
1206 Napraforgómag, törve is	44717803	54066961	20,9%
2005 Zöldség (kiv. a cukrozott) ecet vagy ecetsav nélkül elkészítve vagy tartósítva (kiv. paradicsom és az ehető gombák), nem fagyasztva	48974791	51688492	5,5%
1601 Kolbász és hasonló termék húsból, vágási melléktermékből, belsősegből vagy vérből; ezeken a termékeken alapuló élelmiszerek	35196670	39443074	12,1%
2008 Cukorszirupban főzött és tartósított, sterilizált, valamint pörkölt gyümölcs, dió és ehető növényrész, alkohol hozzáadásával is	45820615	36232837	-20,9%
1001 Búza és kétszeres	23373325	27953365	19,6%
2106 Étrend kiegészítők, élelmiszer alapanyagok, élelmiszer adalékanyagok	18448789	25291609	37,1%
2306 Növényi zsír vagy olaj kivonásakor keletkező olajpogácsa és más szilárd maradék, őrölve és labdacs /pellet/ alakban is (kiv. a szójából és a földimogyoróból származót)	21518337	20249512	-5,9%
0709 Zöldség frissen vagy hűtve (kiv. burgonya, paradicsom, hagyma-, káposzta- és salátafélék, élelmezésre alkalmas gyökerek, uborka és hüvelyes zöldségek)	18165009	20029498	10,3%
1806 Csokoládé- és kakaótartalmú más élelmiszer-készítmény	20459425	19517497	-4,6%
1207 Olajos mag és olajtartalmú gyümölcs, törve is (kiv. a következőket: szójabab, földimogyoró, kopra, lenmag, repce, napraforgómag)	13776144	19255764	39,8%
0409 Természetes méz	16189335	18644401	15,2%
2402 Szivar, manillaszivar, cigarillos és cigaretta	15551794	17072237	9,8%

	2014.	2015.	%-os változás 2014-hez képest
2104 Leves, erőleves és ezek előállítására szolgáló készítmény; homogenizált összetett élelmiszerkészítmény	11457878	15516328	35,4%
2105 Fagylalt és ehető jégkrém	16673701	15386535	-7,7%
0208 Élelmezési célra alkalmas hús, vágási melléktermék és belsőség frissen, hűtve	12459701	14704602	18,0%
1514 Repce- és mustárolaj és ezek frakciói, finomítva is, de vegyileg nem átalakítva	1447203	14346834	891,3%
2204 Bor friss szőlőből; szőlőmust (kiv. a szőlőlevet)	14308697	13278130	-7,2%
2001 Zöldség, gyümölcs, dió és más ehető növényrész ecettel vagy ecetsavval elkészítve vagy tartósítva /savanyúság/	12251932	12189186	-0,5%
1905 Kenyér, cukrászsütemény, kalács, biscuit és más pékáru kakaótartalommal is; áldozó ostya, üres gyógyszerkapszula, pecsételő ostya, rizspapír és hasonló termék	7218698	11257820	56,0%
0710 Zöldség /nyersen, gőzöléssel vagy vízben forrázással főzve is/ fagyasztva	10873300	10329668	-5,0%
0809 Kajszibarack, cseresznye, őszibarack /beleértve a nektarint is/, szilva és kökény frissen	8869740	9046049	2,0%
1702 Cukor (kiv. a nád- és répacukrot; cukorszirup ízesítő- vagy színezőanyagok hozzáadása nélkül; műméz, természetes mézzel keverve is; égetett cukor)	8048763	8648755	7,5%

Németországba exportáló főbb országok (2014-es adatok, Mrd. EUR)²

1. Hollandia	14,3
2. Franciaország	6,4
3. Olaszország	5,8
4. Lengyelország	4,5
5. Spanyolország	4,3
6. Belgium	3,8
7. Brazília	3,5
8. Dánia	3,2
9. Ausztria	2,9
10. USA	2,3
15. Magyarország	1,22

² Forrás: BMELV Statisztika Évkönyv, 2014

3. A relációhoz kapcsolódó legfontosabb gazdasági és politikai bilaterális események áttekintése

3.1 Miniszteri szintű megjelenések

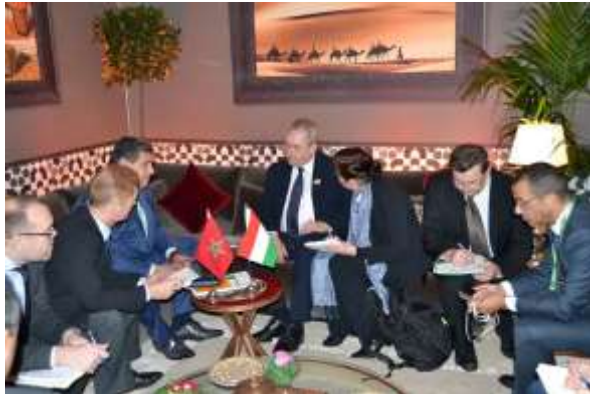
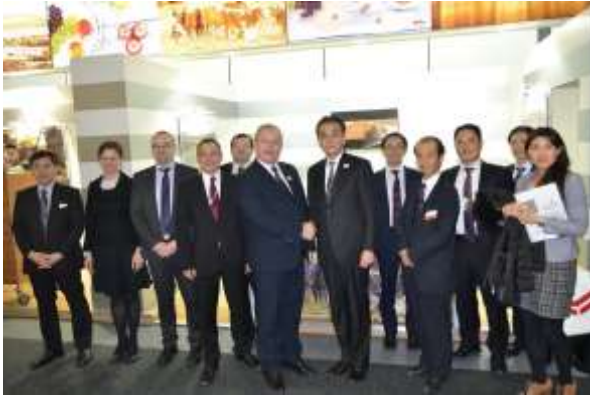
3.1.1. Nemzetközi Zöld Hét és a GFFA, Berlin (2015. január 14-26.)

A berlini Zöld Hét Európa legnagyobb fogyasztói vására. 400.000 látogató, mintegy 70 kiállító ország jelenik meg rajta. A vásáron történő megjelenés nem csak gazdasági, hanem politikai és diplomáciai szempontból is fontos. A rendezvényen ennek megfelelően dr. Fazekas Sándor miniszter és Budai Gyula miniszteri biztos is tiszteletét tette.

A német fél számon tartja, hogy melyik ország jelenik meg ezen a vásáron, mely ország képviselteti magát miniszteri szinten. A részvételt Németország lojalitási kérdésként tekinti.

GFFA, /Global Forum for Food and Agriculture/ általában FAO-hoz, élelmezésbiztonsághoz köthető miniszteri szintű csúcstalálkozó, amelyen több, mint 70 állami vezető vett részt. A német külügyminisztérium Világtermében rendezett ülésének témája: „Hogyan tápláljuk városainkat- Mezőgazdaság és vidéki területek a városiasodás korában”

A Vásár margóján miniszter úr kétoldalú megbeszéléseket folytatott Marokkó mezőgazdasági és halászati miniszterével, Aziz Akhannough úrral, Hiromichi Matsushima úrral, Japán mezőgazdasági, erdészeti és halászati miniszter-helyettesével, Alois Gerig úrral, a Bundestag Mezőgazdasági Bizottságának elnökével, Vasil Grudevvel, a bolgár agrártárca miniszter-helyettesével, valamint az új lengyel mezőgazdasági és vidékfejlesztési miniszterrel, Krzysztof Jurgiel úrral.



Bilaterális találkozók a Nemzetközi Zöld Hét alatt

A fogyasztói vásáron a hosszú évek előkészítő munkájának eredményeként – idén kibővülve tudtunk megjelenni. Hagyományosan a csárda jellegű étterem vonzza a legnagyobb forgalmat, és a vásár legrégebbi és legtöbb ételt elkészítő étterme ez. Ezen felül mangalica termékekkel, vecsési savanyúsággal, kézműves tejtermékekkel és édességgel jelentünk meg a tradicionális részen.



Az új MNKH-FM által finanszírozott kiállító-területünk is nagy sikert aratott. Az új design a vásárigazgatóság és a látogatók tetszését is elnyerte. Ezen a területen bor, mangalica-termékek, szürkemarha-termékek, pálinka és az új „áldomás” márka is egyaránt bemutatkozott.

A kibővült megjelenésnek mind a látogatottságban, mind pedig a magyar termékek, a magyar minőség elismertetésében nagy szerepe van. A kibővült kiállítás, az új kiállítók és az új arculat számottevő hozama, hogy a berlini napilapokba, és néhány nagyobb példányszámú újságba is bekerült a magyar kiállítás – vagyis tényleg jó befektetésnek bizonyultak – hiszen ezen cikkek PR értéke már önmagában meghaladja a kiállítás költségét.

A magyar kiállításon látogatást tett Christian Schmidt német szövetségi agrárminiszter, valamint Joachim Rukwied a Német Parasztszövetség elnöke is – valamint a sajtó számos képviselője.

A rendezvény alatt kettő élő bejelentkezése volt miniszter úrnak a magyar M1 műsorába.



A képen: Györkös Péter nagykövet, Joachim Rukwied a Parasztszövetség elnöke, Fazekas Sándor miniszter, Christian Schmidt német szövetségi agrárminiszter

3.1.2. Thomas Schmidt szász agrárminiszter budapesti látogatása (2016. július 7.)

Fazekas Sándor miniszter Budapesten megbeszélést folytatott Thomas Schmidt szászországi agrár- és környezetvédelmi miniszterrel. Fő témák a KAP 2020 utáni forrásai, egyszerűsítési lehetőségei voltak. Egyetértettek, hogy a gazdák elvárásainak jobban megfelelő, kevésbé bürokratikus, hatékony és átlátható bürokratikus rendszerre van szükség. A találkozón a GMO-mentesség és annak megőrzése is szóba került. Thomas Schmidt látogatása során találkozott Jakab István parlamenti alelnökkel is.



3.2. Magas szintű megjelenések

3.2.1. Magdeburg – Jakab István parlamenti alelnök úr látogatása

Jakab István, az Országgyűlés alelnöke 2015. szeptember 17-20 között látogatást tett, Szász-Anhalt tartomány székhelyén, Magdeburgban, ahol megbeszélést folytatott Detlef Gürth-tel, a tartományi parlament elnökével, Herman Onko Aiekens mezőgazdasági miniszterrel, Gabriele Brakebush-al, a mezőgazdasági, környezetvédelmi és erdészeti bizottság elnökével, Andreas Müllerrel, a szász-anhalti Ipari és Kereskedelmi Kamara elnökével és Magyarország iránt érdeklődő

üzletemberekkel. A látogatás lehetőséget teremtett az Országgyűlés és a tartományi parlament közötti kapcsolatok és a magyar-szász-anholti gazdasági együttműködés élénkítésére.



3.3. Rendezvényeink és vezetői szintű látogatások Berlinben

3.3.1. Magyar Szüret (november 24-26.)

A Magyar Szüret Magyarország legnagyobb Nagykövetségen szervezett élelmiszer-promóciós rendezvény-sorozata.

Az 5. Magyar Szüret számokban: 2500 vendég, 21 borász, 4 importőr, 6 húsipari cég, 4 különböző célcsoportnak 4 különböző rendezvény 3 nap alatt, a legfontosabb piacunkon november 23-25 között – számos fontos üzleti tárgyalással és konkrét üzletkötésekkel.

A Magyar Szüret bor- és élelmiszer-promóciós rendezvénysorozat immár tradícióvá vált a Berlini Nagykövetség életében. A rendezvény az exportképes kis- és középvállalkozások, mint borászok, élelmiszerfeldolgozók piacra jutását illetve a gourmet minőséget elérő magyar hústermékek németországi megismertetését és bevezetését szolgálja (liba, kacska, sertés, angus marha), mely egyszerre öleli fel a B2B, B2C és az imázsépítő valamint a gasztronómiai és turisztikai célkitűzéseket is. Idén először nem csak a Nagykövetség épületében, hanem valódi piaci körülmények

között is kipróbálhatták magukat a kiállítóink, konkrét árusítási lehetőséggel a teltházás Arminius Piaccsarnok épületében.³

Az eseménysorozat az elmúlt 5 évben folyamatos fejlődésen ment keresztül, melynek eredményeként a legnagyobb és legjelentősebb külképviseleten megrendezett élelmiszergazdasági promóciós rendezvényre lépett elő.

Idén a rendezvény fővédnöke Fazekas Sándor miniszter úr volt. A rendezvényen részt vett Kovács Zoltán államtitkár, és Budai Gyula miniszteri biztos.

A rendezvényt a berlini Nagykövetség, a Miniszterelnökség, a Földművelésügyi Minisztérium, a Külgazdasági és Külügyminisztérium, a Magyar Turizmus Zrt. Agrármarketing Vezérigazgatósága együttműködésével rendezte meg. Az eseményt a magyar élelmiszeripari vállalkozások, a borászatok és az importőrök is szponzorálták. Az étkezészeteket a Herendi Manufaktúra biztosította a Nagykövetség számára.

A rendezvény gálavacsoráján 120 VIP vendég vett részt, míg a szakmai üzletember találkozón további 80 borkereskedő, újságíró, sommelier és gorumet szakember képviseltette magát. A Magyar Szüret – a nagykövetség épületében - idén is fogadással ért véget, ahol több, mint 600 vendégnek mutattuk be a magyar borok, és a magyar konyha legjavát. A rendezvény egyik újítása volt az Arminius Piaccsarnok „Borok hosszú éjszakája” rendezvényébe való bekapcsolódás, mely kizárólag magyar borok bemutatásával 1500 fős teltházás tömeggel zajlott le november 25-én. Mindhárom napon törekedtünk a magyar kultúra megismertetésére is – így a **zenei aláfestést a Budapest Bár biztosította az esti rendezvényeken.**



VIP borvacsora Markus Berlinghof sommelier-vel

³ mely a Fővám téri csamokkal megegyezően a világ tíz legszebb piaccsarnoka között van számon tartva



A szakmai borkóstoló és a teltházas piaccsarnok



3.3.2. A Berliner Wein Trophy (Berlini borverseny) VIP vacsorája a magyar nagykövetségen

A Német Bormarketing Társaság 2016. február 5-én a berlini magyar Nagykövetség épületében és együttműködésében rendezte meg a Berlini Borverseny VIP vacsoráját. A Berlini Borverseny világ minden országából érkezett zsűrijének valamint VIP kapcsolataiknak, borbeszerzőknek, borújságíróknak. Az eseményen a rusztikus magyar konyha remekeit (libamáj, mangalica, szürkemarha, harcsapaprikás, zserbó, somlói) mutattuk be. Hozzá gondosan prémium kategóriás tokaji, villányi borokat kínáltunk a szakmai közönségnek. A borokról Horkay András a Nemzeti Borbíráló Bizottság elnöke angol nyelven adott elő a közönségnek.

A mintegy 300 fő pozitív benyomásokat szerzett a magyar konyháról és borokról – ráadásul a Berliner Wein Trophy borversenyen is olyan sikerrel szerepeltünk, mint még soha: 11 arany- és 5 ezüstérmét szereztek borászaink a legfontosabb exportpiacunk borversenyén.

Különösen az Ázsiából, Dél-Koreából, Kínából, Hong-Kongból, Malajziából érkezett vendégeinknek nyerte el a „Made by Mád” édes Furmint bor a tetszését. Több blogbejegyzés, és ázsiai újságcikk is született az estről illetve ezen borról.



3.3.3. Fruit Logistica (február 3-6.)

A világ legnagyobb zöldség-gyümölcs szakmai vására Berlinbe. Tavalyi évben a standot a német szövetségi mezőgazdasági miniszter is meglátogatta.

A nemzeti stand mellett a magyar meggytermesztők és egy számos európai országban tevékenykedő, több mint hetven magyar kajszibarack-termesztőt összefogó csoport is külön standdal mutatkozott be a zöldség-gyümölcs ágazat legnagyobb nemzetközi szakmai rendezvényén, a berlini Fruit Logisticán.

A vásáron nyolc termelő és értékesítő szervezet (Tész) négy feldolgozó üzemmel összefogva külön standon mutatja be a magyar meggytermesztés valamennyi termékfajtáját a meggylekvártól a meggysőrig.

A Fruit Logistica három napig tart, mégis ezen a rendezvényen alapozzák meg a magyar zöldség-gyümölcs export jelentős részét, hiszen a piac szinte valamennyi szereplője megjelenik a vásáron, amely így a kapcsolattartást, az új üzletek előkészítését és a kapcsolatháló bővítését szolgáló fórum.. A magyar zöldség és gyümölcs 50 százalékát exportálják, és a kivitel nagyjából negyede a német piacra irányul.

A szervezettség erősítésének példája lehet a Fruit Logistica másik új magyar vonatkozású standja, amellyel a 74 magyar kajszibarack-termesztő mellett spanyol és portugál gazdálkodókat is összefogó Fair Fruit Group mutatkozott be. A csoport a dél-európai termelők integrálása révén már május elejétől tud friss kajszibarackot szállítani, és hat országban (Magyarország, Spanyolország és Portugália mellett Ausztriában, Franciaországban és Svájcban) vannak értékesítési pontjai.



3.3.4. Nürnbergi Biofach (február 11-14.)

A világ legnagyobb biovásárán Magyarországot Tóth Katalin, a Földművelésügyi Minisztérium társadalmi és nemzetközi kapcsolatokért felelős helyettes államtitkára képviselte ahol közel 90 ezer m²-en, több mint 80 ország, 2500 kiállítója volt jelen, a látogatók száma a tavalyi évekhez megszokottan, több tízezer főre becsülhető.

A gazdasági kapcsolatok ápolására és a magyar üzleti pozíciók erősítésére is egyaránt alkalmas ez a világvásár. A vásár komoly fórumot jelent a magyar termékek népszerűsítése szempontjából is, hiszen mintegy 1000 médiaképviselő volt jelen 36 országból.

A magyar stand elhelyezését és arculatát sikerült közösen továbbfejleszteni. Mostmár tényleg kikerülhetetlen - valóban beleütközik az ember, ahogy a fotón is látható.



A 16 magyar kiállító 100 m²-en, közel 500 terméket mutatott be. Többek között feldolgozott gabonatermékeket, gyógynövény szárítmányokat, bioborokat és biokozmetikumokat.

3.3.5. Berliner Wein Messe – Berlini Borvásár (2016. február 26-28.)

Idén először volt lehetőségem, hogy a fogyasztói vásárookra is szervezhessek magyar megjelenést, köszönhetően az MNKH/KKM együttműködésének. Fontosnak tartom, hogy azoktól is szerezzünk információt, akik termékeinket leveszik a polcról, vagyis a fogyasztóktól. Emiatt 4 borász és Berlin magyar termékeket árusító kis- és nagykereskedője is első alkalommal állított ki ezen a berlini rendezvényen. A rendezvény teltházas volt, 30.000 berlininek tudtuk megmutatni miért is kell nekik a polcról a magyar termékeket levenni. A magyar kiállításról ismét jónéhány cikk született Berlinben, és élő bejelentkezést is sikerült kapcsolni a magyar M1 illetve A Duna TV és a magyar rádió számára is.



3.3.6. Düsseldorf Prowein (2016. március 13-15.)

Borászati Egyetem, a legjelentősebb németországi borászati képzési központ docensével Március 13-15. között került sor a világ egyik legjelentősebb Bor- és Rövidital szakvásárára a ProWeinra Düsseldorfban. A kiállításon 6200 kiállító 59 országból és 55.000 fő szakmai látogató vett részt. A Magyar Turizmus Zrt. magyar nemzeti közösségi standján 23 magyar kiállító kapott helyet, ezen kívül öt hazai kiállító önálló standdal illetve öt további borászat a német bejegyzésű Ungaricum standján volt jelen. A magyar közösségi standhoz kóstolózóna is csatlakozott, amelyen a nap során bemutatókra került sor a hazai és külföldi borászati szakemberek szta sommelier-k előadásában. A vásárra Gál Péter eredetvédelemért felelős helyettes-államtitkár vezetésével a Földművelésügyi Minisztérium delegációja is ellátogatott, a vásár ideje alatt több szakmai megbeszélésre is sor került. A kiállításához kapcsolódóan március 13-án este a ProWein Goes City rendezvénysorozatban Magyar borkóstolóra és üzleti fórumra került sor a düsseldorfi Vindega borbárban a Magyar Turizmus Zrt., a Földművelésügyi Minisztérium és a Düsseldorf Főkonzulátus szervezésében.

A kiállítás szakmai színvonalát emelte az új koncepció, mely szerint a kiállítók megjelenésén túl további szolgáltatásokat is bevezettek. Külön magyar kóstolózózával jelentünk meg, melyben 30 magyar tételt kínáltunk. A kóstoló zónában sommelier-k adtak teljes körű tájékoztatást a magyar borokról, illetve 15 szemináriumot (masterclass és workshop) foglalkozást is tartottak az érdeklődőknek – nemzetközi hírű szakemberek bevonásával. Az új koncepciót a közönség és a kiállítók is elismerték.

Önálló standdal jelent meg az egyik legdinamikusabban fejlődő magyar borimportőr Az ungaricum.de (ungaricum.com) tulajdonosa Keszler Beáta három borászattal összefogva (Szepsy, Vylyan, Szent Tamás) egy igyénes kiállítással jelent meg a 13. pavilonban a német borászok között.

Idén a „Csúcsborok Magyarországról” elnevezésű magyar borest és üzleti találkozó is felkerült az immáron tizedik alkalommal megrendezett ProWein goes City rendezvénysorozat programjára. A rendezvénysorozat célja, hogy a szakmai rendezvényt közelebb hozza Düsseldorf városhoz, a fogyasztókhöz, és lehetőséget biztosítson a szakmai közönségnek is a vásár zajától távolabb megbeszéléseket folytatni. A rendezvény a Főkonzulátus az Agrármarketing Centrum és a

Földművelésügyi Minisztérium együttműködésében a Magyar Turizmus Zrt. támogatásával valósult meg a város divatos Mediahafen negyedében található Vindega borbárban március 13-án este. A rendezvényt Gál Péter helyettes-államtitkár, Lipcsey Péter a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgató-helyettese és Szegner Balázs főkonzul nyitotta meg. A borsorban szereplő tizenegy hazai bor kóstoltatását a német sztár sommelier MW (Master of Wine) nemzetközileg elismert borszakértő Markus Del Monego végezte, aki egyebek mellett az Aldinak, a Lufthansa-nak választja ki a borokat. A közönség soraiban a Düsseldorf-i Vásár vezetőségi tagjain kívül, a nagy kiskereskedelmi élelmiszerláncok képviselői, importőrök, borkereskedők, sommelier-ek, a vendéglátó ipari szakemberek a helyi külgazdaság fejlesztési ügynökségek képviselői és a düsseldorfi fogyasztók vettek részt. A borsorhoz modern magyaros ételkülönlegességeket kínáltak, a hangulatról a Lugosi Band háttérzenéje biztosította.



3.3.7. Hamburg Hafenfest (2016. május 5-8.)

A Hamburgi kikötő születésnapja Németország legnagyobb szabadtéri rendezvénye. Idén közel 2 millió látogatója volt. Az MT Zrt. finanszírozásában idén Magyarország volt a díszvendége a rendezvénynek.

Az 1700 m²-es magyar kiállítói területre Unicum, pálinka és mangalica kóstolókat szerveztünk, melyre minden nap 3 óránként került sor. Gondoskodtam magyar borozó létrehozásáról, ahol közel 20 féle minőségi bort kínáltak – így a kulturális értékeken túl a gasztronómiai értékeket is megfelelő módon tudtuk a közönség részére átadni.

Béki Nándor