Partnering in Business with Germany auf der BIOFACH 2025: Erfolgreiche Vernetzung für den deutschen Mittelstand

Die BIOFACH ist mit 35.000 Gästen aus 140 Ländern und über 2.000 Ausstellern die internationale Leitmesse für Bio-Lebensmittel und nachhaltige Landwirtschaft. Eine ideale Plattform also, um das Angebot des Außenwirtschaftsförderinstruments *Partnering in Business with Germany* deutschen wie internationalen Unternehmen vorzustellen und gezielt die Vernetzung mit dem deutschen Mittelstand zu fördern.

25.02.2025

Erfolgreicher Messeauftritt zur Stärkung der internationalen Kooperation

Vom 11. bis 14. Februar war das Programm erstmals mit einem eigenen Stand auf der BIOFACH vertreten. Neben Unternehmerinnen und Unternehmern aus Ägypten, Tunesien, Moldau und der Ukraine, die im Rahmen ihrer Teilnahme gezielt B2B-Gespräche führten und ihre Produkte präsentierten, stellte auch das verantwortliche BMWK-Referat die Vorteile einer Programmteilnahme vor. Ulrich Niemann, Referatsleiter im BMWK, und sein Stellvertreter Manuel Palz informierten bei einer Bühnenpräsentation über die Chancen, die das Programm für deutsche KMU und ihre internationalen Geschäftspartner bietet.

Informationen

Länder

Ägypten

Tunesien

Kategorie

Programmnews

PG-Connect: Gezielte Vernetzung für deutsche KMU

Ein besonderes Highlight: Das neue Registrierungstool PG-Connect ermöglicht deutschen KMU ab sofort eine kostenfreie Anmeldung und exklusiven Zugang zu ausgewählten internationalen Führungskräften. Unternehmen können über die Plattform frühzeitig erfahren, wann Delegationen mit potenziellen Geschäftspartnern nach Deutschland kommen, ihre Kooperationswünsche angeben und so gezielt Kontakte knüpfen. Gerade für den deutschen Mittelstand bietet sich durch PG-Connect eine neue Möglichkeit, Export- und

Importpotenziale einfach zu erschließen.

Manuel Palz präsentiert das Programm ©GIZ/Matthias Merz

Stimmen aus der Praxis: Erfolgreiche Programmteilnahme

Wie eine Teilnahme am Programm Unternehmen voranbringen kann, zeigt das Beispiel von Peter Nagueh, Business Development Manager bei Spice Kingdom aus Ägypten. Durch den Messebesuch konnte er wertvolle Kontakte zu deutschen Geschäftspartnern knüpfen und seine Exportstrategie für Deutschland weiterentwickeln. Oumayma Hamza, verantwortlich für das Qualitätsmanagement bei Agro Melanges Technologies aus Tunesien, nutzte die Gelegenheit, um mit deutschen Maschinenbauern ins Gespräch zu kommen – ein entscheidender Schritt für ihre geplanten Investitionen.

Die Messebeteiligung auf der BIOFACH war ein voller Erfolg und hat gezeigt, wie wertvoll solche Veranstaltungen für die internationale Vernetzung sind. Sie bieten nicht nur Unternehmen aus den Partnerländern die Möglichkeit, den deutschen Markt kennenzulernen, sondern tragen auch dazu bei, das Programm *Partnering in Business with Germany* beim deutschen Mittelstand noch bekannter zu machen. Entsprechend resümierte Ulrich Niemann: „Die BIOFACH hat eindrucksvoll gezeigt, wie wertvoll der persönliche Austausch für nachhaltige Geschäftspartnerschaften ist. Mit PG-Connect schaffen wir eine Plattform, die deutschen KMU den Zugang zu internationalen Märkten erleichtert und den Mittelstand gezielt bei seiner Internationalisierung unterstützt.“

Oumayma Hamza, Agro Melanges Technologies

Was hat Ihnen an der Messe am besten gefallen? War es Ihre erste Erfahrung in dieser Art?

Ich war zum ersten Mal auf der BIOFACH und war beeindruckt von der Vielfalt der Aussteller und der Möglichkeit, direkt mit Lieferanten von Rohstoffen, Zutaten und Maschinen in Kontakt zu treten. Die Messe

Oumayma Hamza im Gespräch mit einem deutschen Unternehmen ©GIZ/Matthias Merz

ermöglichte es mir, Innovationen im Bio-Sektor zu erkunden, insbesondere in Bezug auf die Qualität der Zutaten, nachhaltige Verpackungen und fortschrittliche technologische Lösungen.

Wie ist es Ihnen durch Partnering in Business with Germany gelungen, Ihr Produkt auf der Messe besser zu präsentieren?

Unser Unternehmen arbeitet bereits mit mehreren deutschen Lieferanten zusammen, und auch unsere Maschinen werden in Deutschland hergestellt. Das Programm bot eine großartige Gelegenheit, diese Zusammenarbeit zu stärken und zu verbessern, indem es den Austausch bei B2B-Treffen erleichterte. Dank der Networking-Sitzungen und des Business Matchmaking habe ich ein besseres Verständnis für die Trends auf dem deutschen Markt und die Erwartungen der Zulieferer gewonnen.

Haben Sie bestimmte Hersteller oder Modelle gefunden, die Ihren Bedürfnissen entsprechen?

Ja, ich habe mehrere Lieferanten von Rohstoffen und Zutaten gefunden, die unsere Qualitäts- und Zertifizierungsanforderungen erfüllen. Bei den Maschinen habe ich innovative Geräte entdeckt, die uns helfen könnten, unsere Produktion im Bereich Backwaren zu optimieren und die Effizienz zu steigern. Ich interessiere mich besonders für Lösungen, die auf die Verarbeitung und Verpackung unserer Produkte zugeschnitten sind.

Wie wollen Sie mit Ihrer Kooperationsidee zum Kauf deutscher Maschinen vorgehen? Sind Sie bereits in Gesprächen mit Lieferanten? Haben Sie schon konkrete Ergebnisse?

Nach den B2B-Treffen, die im Rahmen des Programms organisiert wurden, haben wir bereits fortgeschrittene Gespräche mit mehreren Lieferanten geführt. Einer von ihnen hat sogar geplant, uns in den kommenden Monaten zu besuchen, um weitere Möglichkeiten der Zusammenarbeit zu erörtern. Dies ist ein konkretes Ergebnis, das zu einer strategischen Partnerschaft für die Entwicklung unserer Produktions- und Lieferkettenkapazitäten führen könnte.

Peter Nagueh auf der Messe ©GIZ/Matthias Merz

Peter Nagueh, Spice Kingdom

Wie bewerten Sie rückblickend Ihre Teilnahme als Aussteller an der BIOFACH ?

Die Messe war großartig. Wir sind zufrieden mit der Anzahl der Besucher an unserem Stand und mit der Art der Kunden. Wir hatten die Möglichkeit, Unternehmen aus mehr als 30 verschiedenen Ländern zu treffen. Die Gesprächspartner waren sehr interessiert und wollten mehr über unser Unternehmen erfahren.

Wie sind die Treffen mit den deutschen Unternehmen verlaufen? Gibt es bereits konkrete Ergebnisse?

Mindestens 25 % unserer Treffen fanden mit deutschen Unternehmen statt. Die meisten waren sehr interessiert an unseren Produkten und kannten unser Unternehmen vorher nicht.

Einige der Unternehmen sind wichtige Akteure auf dem Markt, und wir wollten sie auf der Messe treffen. Die im Voraus organisierten Treffen waren erfolgreich, und wir trafen sehr interessante Unternehmen. Es gelang uns, mehr über die Bedürfnisse der deutschen Unternehmen zu erfahren und darüber, was sie von ihren Lieferanten erwarten. Am Ende einigten wir uns mit den Unternehmen auf die notwendigen nächsten Schritte für unsere Zusammenarbeit. Einige Unternehmen baten um Kostenvoranschläge, andere um Muster und wieder andere wollten nach der Messe erneut Kontakt mit ihnen aufnehmen.

Wir besprachen auch verschiedene Aspekte der Zusammenarbeit wie Zahlungsbedingungen und Lieferungen.

Wie hat Ihnen *Partnering in Business with Germany* geholfen, Ihr Produkt auf der Messe besser zu präsentieren?

Das Programm gab mir nützliche Einblicke in den deutschen Markt und die deutsche Unternehmenslandschaft. Außerdem bekamen wir Schulungen, in denen wir Marketingtipps erhielten und erfuhren, wie wir effektiv mit deutschen Partnern kommunizieren können.

Darüber hinaus hatte jeder von uns persönliche

„Nachhilfestunden“ mit sehr professionellen und akkreditierten Coaches von ICUnet. Die Coaches arbeiteten individuell mit uns Schritt für Schritt und halfen uns, uns auf unseren besonderen Mehrwert zu konzentrieren, den wir deutschen Unternehmen bieten können. Wir wissen jetzt zum Beispiel, dass deutsche Partner ein Familienunternehmen besonders schätzen, wenn es wie Spice Kingdom auf 105 Jahre Erfahrung zurückblicken kann. Wir zeigen auch unsere Qualitätszertifikate, Muster, Referenzkunden und Videos über unsere Investitionen.

„Partnering in Business with Germany“ ist ein Instrument der Außenwirtschaftsförderung des

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Partnering in Business with Germany

„Partnering in Business with Germany“ wird im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie durchgeführt von

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

© 2025 Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
Referat Soziale Medien/Online-Kommunikation
Scharnhorststr. 34-37
10115 Berlin
Postanschrift: 11019 Berlin