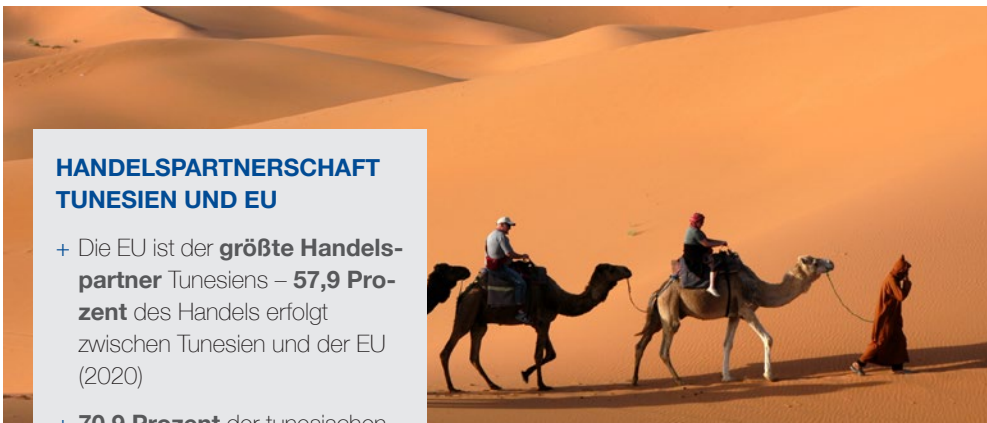




# Die bekannte Unbekannte: Besonderes Reiseziel und spezielle Naturprodukte



## HANDELSPARTNERSCHAFT TUNESIEN UND EU

- + Die EU ist der **größte Handelspartner** Tunesiens – **57,9 Prozent** des Handels erfolgt zwischen Tunesien und der EU (2020)
- + **70,9 Prozent** der tunesischen Exporte werden **an europäische Partner** geliefert (2020)
- + 48,3 Prozent der **tunesischen Importe** kommen **aus der EU** (2020)
- + **Frankreich, Italien** und **Deutschland** sind die größten Handelspartner Tunesiens
- + **Touristische Ankünfte** aus Europa in Tunesien 2019: **2,7 Mio.** (29% aller Ankünfte)

Tunesien ist ein nahes Urlaubsziel, das mehr als den klassischen Badeurlaub zu bieten hat. Im Landesinneren und abseits des Massentourismus gibt es viel zu entdecken. Zudem produzieren kleine und mittelständische Unternehmen ein vielfältiges Angebot an natürlichen Zutaten für Lebensmittel und Kosmetik. Tunesien hat viel unternommen, um den Anforderungen des europäischen Marktes nach Qualitätsstandards und Zertifizierungen gerecht zu werden – sowohl beim nachhaltigen Tourismus als auch im Bereich natürliche Zutaten. Heute ist die Europäische Union der größte Handelspartner Tunesiens.

## IPD PRODUKTGRUPPEN

- + **Natürliche Zutaten für Lebensmittel** (z. B. Datteln, getrocknete Tomaten, getrocknete Kräuter, Olivenöl, verschiedene Saatenöle)
- + **Natürliche Zutaten für Kosmetik** (z. B. ätherische Öle, hochwertige fette Öle, Spirulina, Safran)
- + **Nachhaltiger Tourismus** (Kultur- und Erlebnisreisen, z. B. mit Natur- und Vogelbeobachtungen, Familienreisen mit Unterkunft im Öko-Hotel, Abenteuerreisen in die tunesische Sahara, z. B. Wüstensafaris und Kameltrekking)



## ENGAGEMENT DES IPD IN TUNESIEN

Tunesien gehört zu den Fokusländern des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) und der deutschen Entwicklungszusammenarbeit. Das Land gilt nach dem Arabischen Frühling 2011 als politischer Hoffnungsträger in Nordafrika. Eine positive Wirtschaftsentwicklung und nachhaltige Handelsbeziehungen können die Region stabilisieren.

Das Import Promotion Desk (IPD) engagiert sich bereits seit 2015 in Tunesien – zunächst nur im Bereich von Natürlichen Zutaten und seit 2018 auch im Tourismussektor. Das Engagement konzentriert sich auf die ländlichen Regionen, und auch im Tourismussektor arbeitet das IPD mit Anbietern in küstenfernen Regionen, also abseits des Massentourismus. Hier lebt ein Drittel der tunesischen Bevölkerung, es gibt wenige Arbeitsplätze und die wirtschaftliche Dynamik ist schwach. Die Landwirtschaft ist von familiären Klein- und Kleinstbetrieben gekennzeichnet. Die Vermarktung von hochwertigen Naturprodukten wie auch von nachhaltigen Tourismusangeboten hat ein großes Potenzial bei der Armutsbekämpfung – sowohl bei der Arbeitsplatzschaffung als auch bei der Einkommenssteigerung in den ländlichen Regionen. Nachhaltiger Tourismus trägt darüber hinaus zur Erhaltung der Naturressourcen bei. Ziel des IPD ist es, landwirtschaftliche und touristische Unternehmen direkt mit europäischen Importeuren und Reiseveranstaltern zu vernetzen. Somit kann auf Zwischenhändler verzichtet und das gesamte Wertschöpfungspotenzial genutzt werden.

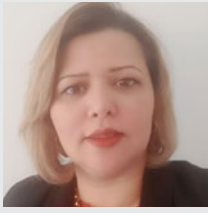
## HERAUSFORDERUNG: BEKANNTHEIT STEIGERN UND KONTAKTE KNÜPFEN

Tunesien ist vor allem für den Strand- und Badeurlaub bekannt. Angeboten für nachhaltigen Individualtourismus dagegen fehlt die Bekanntheit und vielfach auch die staatliche Unterstützung. Das zeigt in besonderem Maße die aktuelle Covid-19-Pandemie. Durch die Reiseverboten und Quarantänepflichten ist der internationale Tourismus in Tunesien fast vollständig zum Erliegen gekommen. Kleine und mittelständische Reiseanbieter können kaum mit staatlicher Unterstützung rechnen.

Das IPD steht seinen Partnerunternehmen auch während der Pandemie beratend zur Seite, informiert über Fördermöglichkeiten und bereitet sie vor allem für den Neustart nach der Pandemie vor. Ein vielfältiges Trainingsprogramm zeigt den Unternehmen Wege auf, wie sie ihr Marketing verbessern und Produkte unter Einhaltung aller notwendigen Hygienemaßnahmen entwickeln können.

Öffentliche Gelder oder Bankkredite fehlen in Tunesien auch im Agribusiness Sektor, um z. B. in Maschinen, Zertifizierungen oder moderne Verarbeitungs- und Verpackungstechnik zu investieren. Die IPD Experten stehen hierbei den Unternehmen bei ihren strategischen Planungen als Berater zur Seite, aber vor allem kümmern sie sich um „die letzte Meile“, d. h. den Kontakt zu europäischen Händlern und Reiseanbietern. Das IPD vermittelt den Unternehmen z. B. im Rahmen von Fachmessen wertvolle Geschäftskontakte zu potenziellen Kunden.





**Afef Ben Amara**  
Leiterin Marketing – APIA

»Gemeinsam mit dem IPD haben wir schon viele Messestände organisiert. Das Interesse unserer Mitglieder, an unseren Ständen auszustellen sowie das Interesse der Besucher an unserem Angebot aus Tunesien ist im Laufe der Jahre stetig gewachsen.«



#### **CHANCEN: GEOGRAFISCHE NÄHE UND ZERTIFIZIERTE QUALITÄT**

Tunesien trifft beim touristischen Angebot das Interesse der Reiseanbieter in Europa und auch für Importeure natürlicher Zutaten ist Tunesien ein interessanter Beschaffungsmarkt. Die Reiseangebote führen bei speziellen Kultur-, Natur- und Erlebnistouren auf noch nicht ausgetretenen Pfaden durch das Land. Der Verbrauchervunsch nach individuellem Urlaub wird erfüllt. Zugleich ist Tunesien nur wenige Flugstunden von Europa entfernt, was mit Blick auf das steigende Emissionsbewusstsein dem Reiseziel in Nordafrika zugutekommt. Und auch bei den natürlichen Zutaten, seien es Kaktusfeigenprodukte, Spirulina, getrocknete Kräuter oder kaltgepresste Samenöle, erfüllen viele tunesischen Unternehmen die EU-Anforderungen. Sie produzieren Spezialitäten, wie das Kaktusfeigenkernöl, halten geltende Qualitätsstandards ein und bieten zudem immer mehr Bio-Ware an. Vorteil und Herausforderung zugleich bietet die räumliche Nähe zum europäischen Markt. Zum einen haben hochwertige Produkte, wie tunesisches Olivenöl, Schwierigkeiten beim Marktzugang, weil sie mit europäischen Wettbewerbern konkurrieren müssen, zum anderen bieten besondere Qualitätseigenschaften und die geographische Nähe Vorteile in Bezug auf Logistik und Kosten.

#### **FÖRDERUNG DER PARTNERFIRMEN: VORBEREITUNG FÜR DEN EUROPÄISCHEN MARKT**

Die IPD Experten kooperieren eng mit den Unternehmen vor Ort. Im Tourismussektor werden durch Schulungen Produkte und Abläufe der Partnerunternehmen verbessert und auf den europäischen Bedarf angepasst. Während der Covid-19-Pandemie hat das IPD sein Engagement fortgesetzt und mit seinen Partnerunternehmen an ihrem Außenauftritt gearbeitet, Schulungen zum digitalen Marketing durchgeführt und gemeinsam eine Marktzugangsstrategie für Europa entwickelt. Zudem ist ein wesentlicher IPD-Schwerpunkt die Vorbereitung der Unternehmen auf ihre professionelle Präsentation bei Fachmessen und im Rahmen von virtuellen B2B-Events. Diese Coachings sind auch fester Bestandteil des Capacity Building für Produzenten von natürlichen Zutaten. Dazu gehören die Informationen zum EU-Markt, zu Qualitätsstandards, EU-Regularien und Zertifizierungen sowie Trainings zu marktzugangsrelevanten Themen wie Marketing und Corporate Social Responsibility.

#### **IM ÜBERBLICK: DIE AKTIVITÄTEN DES IPD**

- + Regelmäßige **Fact Finding Missions** in Tunesien – zur Auswahl und Evaluierung von kleinen und mittelständischen Unternehmen
- + Bereitstellung von **Marktinformationen** und Product Fact Sheets zu verschiedenen Produkten
- + **Trainings** zu marktzugangsrelevanten Themen (z. B. USP, Product Development, Export Market Strategy, Digital Marketing, Sustainable Tourism, Professional Tour Operations, Corporate Social Responsibility [CSR])
- + **B2B-Matchmaking-Aktivitäten** auf europäischen Fachmessen, z. B. Biofach Messe seit 2016, Food Ingredients seit 2015, ITB Berlin seit 2019.
- + Organisation von **virtuellen B2B-Events** zwecks Vernetzung mit geeigneten Importeuren/ Reiseveranstaltern in Europa
- + **Workshops** und **Coachings** der Exporteure und Partnerfirmen für den Messeauftritt, **Sales Coaching**, **Studien-/Orientierungsreisen** bzw. FAM Trips und Roadshows, Nachbereitung der Geschäftskontakte



#### IPD-ENGAGEMENT IN ZAHLEN

+ Zahl der IPD-Unternehmen in Tunesien:	<b>26</b>
+ Zahl der Trainings:	<b>37</b>
+ Zahl der Geschäftsabschlüsse:	<b>35</b>
+ Exportumsatz nach Europa	<b>3,3 Mio. €</b>

#### ZUSAMMENARBEIT MIT BSOs: NACHHALTIGE STRUKTUREN FÜR EXPORT- UND TOURISMUSFÖRDERUNG

Im Tourismussektor arbeitet das IPD in Tunesien eng mit der „Fédération Tourisme Authentique Destination Dahar“ (FTADD) zusammen. Gemeinsam mit FTADD haben die IPD-Experten Capacity Buildings zu verschiedenen Themen, wie z. B. Marktinformation, Produktentwicklung und nachhaltigem Tourismus, angeboten und eine Nachhaltigkeitscharta für die Region Dahar entwickelt. Ab sofort bietet die FTADD ihren Verbandsmitgliedern Trainings im Bereich nachhaltiger Tourismus an und verbreitet so die Information in der Destination Djebel-Dahar. Gemeinsam mit „Agence de Promotion des Investissements Agricoles“ (APIA) und „Centre de Promotion des Exportations de la Tunisie“ (CEPEX) organisiert das IPD die Präsenz von tunesischen Unternehmen auf Fachmessen. Im Laufe der Zusammenarbeit stieg die Zahl der teilnehmenden Unternehmen, die Messestände wurden immer größer und die Auftritte professioneller. Das IPD kooperiert eng mit diesen nationalen Organisationen, sogenannten Business Support Organisations (BSO), um nachhaltige Strukturen für die Exportförderung in Tunesien aufzubauen.



**Mohamed Hédi Kallali**  
Geschäftsführender  
Direktor FTADD

»In diesem Jahr wurden wir in die Top-100-Liste der nachhaltigen grünen Reiseziele aufgenommen. Das macht uns stolz und zeigt, dass Nachhaltigkeit im Tourismus wertgeschätzt wird. Wir freuen uns, dass wir mit dem IPD einen Partner an der Seite wissen, der nachhaltige Destinationen fördert und ganz gezielt tunesische Touristiker mit Matchmaking unterstützt.«

Stand: November 2021

#### KONTAKT

IPD – Import Promotion Desk  
c/o sequa gGmbH

Alexanderstraße 10  
53111 Bonn  
Deutschland

Telefon: +49 228 909 0081-0  
E-Mail: [info@importpromotiondesk.de](mailto:info@importpromotiondesk.de)



[www.importpromotiondesk.de](http://www.importpromotiondesk.de)



IPD auf LinkedIn



News für Importeure



**Partners in  
Transformation**  
Import Promotion Desk