

CMA / ZMP: bieten 4 Studien über den Lebensmittelhandel im Nahen Osten

Bonn. (07.02. / cma) Welche Bedeutung hat der moderne Lebensmittelhandel in den Staaten der Golfregion? Welche Handelspartner sind vor Ort? Und welche Produkte haben eine Chance am Markt? Diese und weitere exportrelevante Fragen beantworten die vier neuen Marktforschungsstudien der Centralen Marketing-Gesellschaft deutscher Agrarwirtschaft (CMA) und der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) für Saudi-Arabien, die Vereinigten Arabischen Emirate, Kuwait und den Oman.

Die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) sind der bedeutendste Handelspartner Deutschlands in der arabischen Welt. In 2005 wurden Lebensmittel im Wert von gut 140 Millionen Euro aus Deutschland in die VAE exportiert. Derzeit sind die Exporte noch auf einem relativ niedrigen Niveau; doch CMA und ZMP prognostizieren deutliche Steigerungsraten. Die jährlichen Zuwachsraten lagen bislang immer um zehn Prozent. Zudem öffnen sich allmählich Absatzchancen für Produkte und Marktnischen, in denen die deutsche Lebensmittelindustrie in einem weltweiten Vergleich gute Chancen haben wird.



Von einigen Ausnahmen abgesehen, ist die Agrarwirtschaft der VAE trotz staatlicher Förderungen kaum in der Lage, den schnell steigenden Bedarf an Lebensmitteln im Land zu decken. Nur etwa zwanzig Prozent des Bedarfs wird im Inland hergestellt, weshalb die VAE auf Importe angewiesen sind. Gute Absatzchancen sehen Experten etwa für Bio- und Diabetikerprodukte, Honig, Obst-Gemüse-Konserven, Speiseöle, Fleischwaren, Eiskrem, Desserts und Snacks.



Die Vereinigten Arabischen Emirate auf der Landkarte: Abu Dhabi ist längst kein Geheimtipp mehr und gilt als «Hongkong des Nahen Ostens».

Auch Saudi Arabien hat nur eine niedrige Selbstversorgerquote und ist auf ausländische Produkte angewiesen. Die saudi-arabische Produktion von Lebensmitteln kann derzeit nur die Hälfte des Bedarfs decken. Die andere Hälfte muss importiert werden -- Tendenz steigend. Abgesehen von verbotenen alkoholischen Getränken und Schweinefleisch bestehen deshalb generell gute Absatzchancen in dem mit knapp 24 Millionen Einwohnern bevölkerungsreichsten Staat der Golfregion.

Im Oman haben praktisch alle Produktkategorien Erfolgsaussichten, da das Sultanat über 80 Prozent der Lebensmittel importiert. Speiseöle, Geflügel- und Rindfleisch sowie Obst und Gemüse, aber auch Soßen und Gewürze sind besonders gefragt. Aus Deutschland bezieht der Oman vor allem Zucker, gefolgt von Backwaren, Bier sowie Milch und Sahne. Da Schnellrestaurants amerikanischen Stils sehr populär sind, bestehen gute Importchancen für solche Produkte, die dort Verwendung finden, wie etwa Tiefkühl-Rindfleisch

oder verarbeitetes Obst und Gemüse. Im Gegensatz zu den meisten Nachbarländern ist im Oman auch der Import von Alkohol und Schweinefleisch unter Auflagen erlaubt.

Die wichtigsten Bezugsquellen von Grundnahrungsmitteln für Kuwait sind die USA, Japan und Deutschland. Im Jahr 2006 importierte Kuwait Güter im Wert von knapp 13 Milliarden US-Dollar. Mit 133.500 Tonnen und einem Wert von 28,8 Millionen Euro stand bei den deutschen Importen nach Kuwait Zucker an erster Stelle. Es folgten Milch und Sahne (7,9 Millionen), Backwaren und Getreideerzeugnisse (3,5 Millionen) vor Käse und Quark (knapp zwei Millionen). Relativ gute Absatzchancen werden unter anderem Snackartikeln (süß und salzig), Pflanzenöl, TK-Rindfleisch und -Geflügel, Käse sowie Gemüse (Tiefkühl und Konserven) eingeräumt.

Trotz intensiven Warenaustauschs innerhalb der Golfstaaten, der zollfrei abgewickelt wird, gibt es immer noch Unterschiede hinsichtlich der Importbestimmungen. Deshalb kann es für deutsche Hersteller und Exporteure sinnvoll sein, sich auf eines dieser Länder zu beschränken und von dort aus die übrigen Länder der Region zu beliefern oder beliefern zu lassen. Insgesamt raten Fachleute, die Länder des Mittleren Ostens nicht isoliert zu betrachten, da Kultur, Religion und die gemeinsame Geschichte zu einem starken Zusammengehörigkeitsgefühl und zu großer Solidarität führen, wenn eines dieser Länder in Bedrängnis geraten sollte.

Die Golfstaaten können nur einen Bruchteil der benötigten Lebensmittel selbst produzieren und sind überwiegend auf Importe angewiesen.



Die vier CMA-/ZMP-Studien bieten einen Überblick über die wachsenden Märkte in den arabischen Staaten und informieren unter anderem über rechtliche Rahmenbedingungen, Importregeln, Marktgröße, Segmentierung, das Konsumverhalten, Preisentwicklungen und Handelspraktiken. Die Studien «Lebensmittelhandel und Exportchancen» Vereinigte Arabische Emirate, Saudi-Arabien, Kuwait und Oman sind für Exporteure jeweils erhältlich zum Preis von 52,43 Euro inklusive Versand und Mehrwertsteuer. bei der ZMP Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle GmbH, Vertrieb, Postfach 2569, 53015 Bonn, oder per Telefax an 0228/9777-179 (siehe auch <http://www.cma-marketing.de>).