



Chancen und Herausforderungen für deutsche Unternehmen der Milchwirtschaft

Marktanalyse von Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate, Jemen und Oman im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft / November 2016

Inhalt

Verzeichnis der Tabellen	4
Verzeichnis der Abbildungen	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1 Einleitung	7
2 Überblick über Politik und Wirtschaft	9
2.1 Geographische, wirtschaftliche und sicherheitspolitische Lage	9
2.2 Situation und Entwicklung der Milchwirtschaft	15
3 Handel zwischen Deutschland und den Zielländern	20
3.1 Exportrahmenbedingungen	20
3.2 Bestehende Importstrukturen	30
4 Aktuelle Versorgungslage und Chancen bei kurzfristig im Fokus stehenden Branchen	33
4.1 Situation und Entwicklung.....	33
4.2 Sanitäre Bedingungen/Zertifikate	38
4.3 Produkt- und Markenpolitik.....	41
4.4 Preispolitik und Zielgruppen.....	46
4.5 Distribution	48
5 SWOT-Analyse	52
6 Adressen	53
6.1 Saudi-Arabien	53
6.2 Vereinigte Arabische Emirate	56
6.3 Jemen	59
6.4 Oman	60

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1: Länderdaten kompakt Saudi-Arabien, VAE, Jemen, Oman und Deutschland	10
Tabelle 2: Milchproduktion nach Art 2009 - 2012	15
Tabelle 3: Konsulatsgebühren für die Legalisierung von Warenbegleitpapieren in die VAE. 25	
Tabelle 4: Zollstellen zur Abfertigung tierischer Erzeugnisse in den VAE.....	26
Tabelle 5: Konsulatsgebühren für die Legalisierung von Warenbegleitpapieren nach Jemen	27
Tabelle 6: Konsulatsgebühren für die Legalisierung von Warenbegleitpapieren in den Oman	29
Tabelle 7: Umsatz mit verpackten Milchprodukten in Saudi-Arabien 2009 - 2014	34
Tabelle 8: Umsatz mit Milchprodukten nach Unterkategorie in USD 2010 – 2015.....	36
Tabelle 9: Milchverbrauch im Jemen in ME 2002-2013	37

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Milchproduktion im Jemen nach Art in Mio. t	17
Abbildung 2: Jemens Selbstversorgungsrate 1996 - 2013	36
Abbildung 3: Anteile der Molkereibetriebe am Verkauf von Frischmilch VAE 2015	43
Abbildung 4: Anteile der Molkereibetriebe am Verkauf von Joghurt und Dickmilchprodukte VAE 2015	43
Abbildung 5: Anteile der Molkereibetriebe am Verkauf von Käse VAE 2015	43
Abbildung 6: Marken des Unternehmens Nadfood.....	45

Abkürzungsverzeichnis

BMEL	=	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
DGAD	=	Directorate General of Agricultural Development
DGAW	=	Directorate General of Animal Wealth
EFTA	=	European Free Trade Association
EICMP	=	Emirates Industry for Camel Milk & Products
EU	=	Europäische Union
FIRS	=	Food Import Re-export Services
GCC	=	Gulf Cooperation Council
GHORFA	=	Arab-German Chamber of Commerce and Industry e. V.
GSO	=	GCC Standardization Organization
GTaI	=	Germany Trade and Invest
IFCN	=	International Farm Comparison Network
ISO	=	International Standards Organisation
kg	=	Kilogramm
km	=	Kilometer
l	=	Liter
ME	=	Milchequivalent
MENA	=	Middle East & North Africa
MOA	=	Ministry of Agriculture (Oman)
MOC	=	Ministry of Commerce
NADEC	=	National Agricultural Development Company
OFIC	=	Oman Food Investment Holding Company
SADAFCO	=	Saudi Dairy & Foodstuff Company
SASO	=	Organisation für Standardisierung
SFDA	=	Saudi Food and Drug Authority
UNO	=	United Nations Organization
USA	=	United States of America
USD	=	US-Dollar
VAE	=	Vereinigte Arabische Emirate
WTO	=	World Trade Organisation

1 Einleitung

In dieser Kurzstudie werden die Chancen und Herausforderungen für deutsche Unternehmen der Milchwirtschaft in Saudi-Arabien, den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE), dem Jemen und Oman untersucht. Die Staaten im arabischen Raum sind insbesondere durch einen hohen Grad an Heterogenität der Bevölkerung geprägt. Neben der einheimischen Bevölkerung gibt es große Einwanderergruppen, welche letztlich die Vielfältigkeit in der Nachfrage nach Milchprodukten deutlich beeinflussen. In den VAE beispielsweise sind weniger als 20 % der Bevölkerung Einheimische. Dies macht es einerseits schwierig, ein erfolgreiches Marketingkonzept für Milchprodukte zu entwickeln, welches möglichst breite Bevölkerungsteile anspricht. Andererseits ermöglicht es für viele Marken auch den Einstieg in die Nische.

Was alle vier in dieser Studie untersuchten Länder jedoch gemein haben, ist eine rasant wachsende und sich ausdifferenzierende Milchwirtschaft. Obwohl die Investitionen der letzten Jahre umfangreich und zielführend waren, kann in vielen Produktkategorien die Nachfrage noch nicht gedeckt werden. Dies lässt sich darauf zurückführen, dass der Konsum ebenso wie die heimische Produktion einem ständigen Wachstum unterliegt. Die Märkte sind zudem nicht gesättigt. Ein großes Interesse an neuen unbekanntem Milchprodukten ist gegeben und die Auswahl an Milchprodukten bislang noch nicht erschöpft. Die Absatzmärkte sind stark und ein prognostiziertes Wachstum machen sie für ausländische Hersteller attraktiv, die versuchen ein Defizit zwischen Eigenproduktion und Nachfrage auszugleichen. Milchprodukte dieses Segments profitieren insbesondere von einem zunehmenden Gesundheits- und Wellnesstrend, in dessen Zuge sie sich aufgrund der vielen Nährstoffe immer größerer Beliebtheit erfreuen. Traditionell wird in den untersuchten vier Ländern viel Laban (Buttermilch) konsumiert. Zusätzlich ist eine deutliche Tendenz hin zu geschmacksneutraler Trinkmilch zu erkennen, welche als besonders gesundheitsfördernd wahrgenommen wird.

Als schwieriger Markt lässt sich derzeit der Jemen identifizieren. Durch die angespannte politische Situation und die andauernden Konflikte haben sich hier etablierte Distributionskanäle, infrastrukturelle (Import-)Bedingungen, Nachfrage- und Versorgungsstrukturen sowie schließlich auch die Kaufkraft der Bevölkerung derart zurückentwickelt, dass für ausländische Unternehmen ein geringer Grad an Sicherheit besteht.

Für die anderen drei Länder, die Mitglieder des Gulf Cooperation Council (GCC) sind, gelten ähnliche Einfuhrbedingungen. Charakteristisch ist hier, dass die Lieferkette

überdurchschnittlicher Planung und dauernder Kontrolle bedarf. Zudem ist der Export von Milchprodukten nach Saudi-Arabien, die VAE und den Oman recht teuer. Es gibt allerdings eine Reihe sehr guter Importeure mit großem Erfahrungsschatz in der Logistik.

Die Studie baut größtenteils auf einer gründlichen Auswertung von offiziellen Statistiken und öffentlich gemachten Informationen zu den jeweiligen Ländern auf. Für den Teil zu Jemen wurde zusätzlich ein Interview mit Abdulkarim Abdulmageed Amad durchgeführt. Abdulkarim Amad ist Professor an der Thamar University und hat seinen PhD zur jemenitischen Milchwirtschaft in Deutschland absolviert. Er ist außerdem Research Partner im weltweit tätigen International Farm Comparison Network (IFCN).

2 Überblick über Politik und Wirtschaft

- Saudi-Arabien stellt die größte Wirtschaft der Region.
- Die Staaten finanzieren sich zu großen Teilen durch das internationale Ölgeschäft.
- Die Bevölkerung in den untersuchten Ländern ist sehr divers und international.
- Außer im Jemen verfügen die behandelten Länder über intensive Milchwirtschaften, die bedingt durch die extremen Klimabedingungen eine Voraussetzung für eine effektive Produktion sind.

2.1 Geographische, wirtschaftliche und sicherheitspolitische Lage

	Saudi-Arabien	VAE	Jemen	Oman	Deutschland
BIP	618,3 Mrd. USD (2016, Schätzung)	325,1 Mrd. USD (2016)	37,3 Mrd. USD (2016, Schätzung); 47,2 Mrd. USD (2017, Schätzung)	51,7 Mrd. USD (2016, Schätzung); 56,3 % USD (2017, Schätzung)	3.495 Mrd. USD (2016, Schätzung)
Einwohner, Bevölkerungswachstum	32,0 Mio. (2016, Schätzung), 1,5 % (2015, Schätzung)	9,9 Mio. (2016, Schätzung), 2,6 % (2015, Schätzung)	27 Mio. (2016, Schätzung); 2,5 % (2015, Schätzung)	4 Mio. (2016, Schätzung); 2,1 % (2015, Schätzung)	82,2 Mio. (2015, Schätzung); 1,2 % (2015)
Pro-Kopf-Einkommen (Kaufkraftparität)	54.730 USD (2015)	70.570 USD (2015)	3.660 USD (2015)	37.340 USD (2015)	48.260 USD (2015)

Wirtschaftswachstum nach Sektoren (real)	Transport/Logistik/Kommunikation 6,1 %; Handel/Gaststätten/Hotels 6,0 %; Bergbau/Industrie 2,6 %; Land-/Forst-/Fischwirtschaft 1,7 %; Bau 6,7 % (alle 2014)	Bau 7,3 %; Handel/Gaststätten/Hotels 5,6 %; Transport/Logistik/Kommunikation 4,7 %; Bergbau/Industrie 3,9 %; Land-/Forst-/Fischwirtschaft 0,3 % (alle 2014)	Handel/Gaststätten/Hotels 2,5 %; Transport/Logistik/Kommunikation 1,7 %; Bergbau/Industrie 1,1 %; Land-/Forst-/Fischwirtschaft -0,7 %; Bau -5,1 % (alle 2014)	Bau 12,9 %; Transport/Logistik/Kommunikation 6,8 %; Land-/Forst-/Fischwirtschaft 3,3 %; Handel/Gaststätten/Hotels 1,5 %; Bergbau/Industrie -0,1 % (alle 2014)	Kfz u. -teile 2,6 %; Maschinenbau -1,0 %; Nahrungsmittel 0,0 %; chemische Erzeugnisse -0,3 %; Metallerzeugnisse 0,2; elektrische Ausrüstungen -0,8; Gummi- und Kunststoffwaren 2,4; Elektronik 4,1 (alle 2015)
Inflationsrate	2,2 % (2015); 3,8 % (2016, Schätzung); 1,0 % (2017, Schätzung)	4,1 % (2015, Schätzung); 3,2 % (2016, Schätzung)	27,5 % (2016, Schätzung)	0,3 % (2016, Schätzung)	0,3 % (2015); 0,3 % (2016, Schätzung)
Korruptionsindex von Oktober 2016	Platz 48 von 168	Platz 23 von 168	Platz 154 von 168	Platz 60 von 168	Platz 10 von 168

Tabelle 1: Länderdaten kompakt Saudi-Arabien, VAE, Jemen, Oman und Deutschland

Quelle: GTaI, World Bank, Transparency International.

Saudi-Arabien:

Das Königreich Saudi-Arabien ist das größte Land auf der Arabischen Halbinsel und grenzt an Jemen, den Oman, die VAE, Katar, Kuwait, Jordanien und den Irak an. Saudi-Arabien hat im Westen einen Zugang zum Roten Meer sowie östlich eine Küste zum Persischen Golf. Mit ca. 6,5 Mio. Einwohnern ist Riad die größte Stadt und Hauptstadt sowie Regierungssitz. Im Großteil des Landes herrscht ein trocken-heißes Wüstenklima mit Temperaturen über 40 Grad Celsius während der Sommermonate von Juni bis August. Das Königreich Saudi-Arabien ist

eine absolute Monarchie, an deren Spitze seit 2015 König Salman ign Abd al-Aziz steht. Als Premierminister übt er die oberste judikative, exekutive und legislative Gewalt aus und ist gleichzeitig Oberbefehlshaber des Militärs. Er beruft Minister in den Ministerrat, der gemeinsam mit ihm die Regierung des Landes bildet. Eine Trennung von Politik und Religion gibt es nicht und der Islam ist Staatsreligion.

Mit der Entdeckung großer Erdölvorkommen in den 1930er Jahren konnte das Königreich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts Wohlstand und große Bedeutung für die westlichen Industrienationen erlangen. Weiterhin sind auch Erdgas, Gold, Eisenerz und Kupfer wichtige Bodenschätze. Weltweit ist das Königreich der größte Erdölexporteur und einer der größten Erdölproduzenten. Ein Großteil der Staatseinnahmen werden aus dem Ölgeschäft finanziert, wodurch der Ölpreisverfall seit 2013 zu einem Haushaltsdefizit von rund 100 Mrd. USD im vergangenen Jahr führte. Saudi-Arabien ist die größte Volkswirtschaft im arabischen Raum. Rund 70 % der Bevölkerung arbeiten im Dienstleistungssektor, 24 % in der Industrie und 5 % in der Landwirtschaft. Ca. 53 % des BIP werden in der Industrie, insbesondere im Bergbau, erwirtschaftet. Eine Herausforderung für die Regierung besteht in dem aufgeblähten öffentlichen Sektor, für den die Hälfte des Staatshaushalts aufgewendet wird.

Prognosen nach erwirtschaftet das Königreich in 2016 ein positives Außenhandelsaldo von 38,2 Mrd. USD, der Anteil des Außenhandelsumsatzes von Waren am BIP beträgt 57,2 %. Nach China und den USA war Deutschland 2014 das drittgrößte Lieferland. Ein Fünftel der deutschen Ausfuhren sind auf Anlagen- und Maschinenbau zurückzuführen. Nahrungsmittel zählen mit 7 % an den Gesamtausfuhren Saudi-Arabiens zu den größeren Segmenten. Im Juni 2016 verabschiedete die Regierung einen „nationalen Transformationsplan“ mit dem Ziel, die Abhängigkeit vom Ölgeschäft zu verringern. Der Plan sieht bis 2020 rund 72 Mrd. USD Staatsausgaben als Investition in von der Ölwirtschaft unabhängige Wirtschaftszweige vor.¹

Vereinigte Arabische Emirate:

Die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) liegen im östlichen Teil der arabischen Halbinsel und grenzen an Saudi-Arabien und den Oman an. Es besteht ein Meereszugang zum persischen Golf und zum Golf von Oman. Das Land hat sieben weitgehend autonome Bundesstaaten: Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, Ajman, Umm al-Quwain, Fujairah und Ras al-Khaimah. Abu-Dhabi ist als zweitgrößte Stadt des Landes die Hauptstadt. Es herrscht ein tropisches Klima mit geringen Niederschlägen. Große Teile des Landes sind von der Wüste bedeckt, in denen ein trockenes Klima mit Temperaturen bis 50 Grad Celsius vorherrscht. Die

¹ LIPortal (2016): Saudi-Arabien. www.liportal.de.; AHK Saudi-Arabien (2016): Allgemeine Informationen Königreich Saudi-Arabien. saudiarabien.ahk.de.; Auswärtiges Amt (2016): Saudi-Arabien. www.auswaertiges-amt.de.; GTal (2016): Saudi-Arabien steht vor großen Herausforderungen. www.gtai.de.; GTal (2016): Wirtschaftsdaten kompakt Saudi-Arabien. www.gtai.de.

VAE wurden 1971 gegründet und werden durch eine föderale konstitutionelle Monarchie regiert. Das Staatsoberhaupt ist Präsident Scheich Khalifa bin Zayed Al Nahyan, der gleichzeitig auch Emir von Abu-Dhabi ist. Gemeinsam mit den weiteren sechs Emiren bildet der Premierminister, derzeit Mohammed Bin Rashid Al Maktoum, den obersten Rat und damit das höchste Verfassungsorgan. Das Parlament besteht aus 40 Abgeordneten, von denen die Hälfte gewählt und die andere Hälfte von den Emiren ernannt wird. Es übernimmt beratende Aufgaben und überwacht die öffentlichen Finanzen.

Das Land mit dem siebtgrößten Erdöl- und Erdgasvorkommen weltweit gewinnt 40 % des BIP aus dem Öl- und Gasgeschäft. Die wirtschaftlichen Zentren des Landes bilden Dubai und Abu-Dhabi. Besonders Abu-Dhabi ist der Wirtschaftsmotor und erbringt rund drei Viertel der gesamten Wirtschaftsleistung, was sich dadurch begründet, dass sich 90 % der Erdölreserven dort ansiedeln. Dubai hat sich stattdessen in den vergangenen Jahren als wichtiges Finanz- und Handelszentrum etabliert. Aufgrund einer liberalen Wirtschaftspolitik und der strategisch guten Lage konnte es sich zum zentralen Drehkreuz für Warentransporte zwischen Europa und Asien entwickeln. Die Schlüsselsektoren bilden dabei Logistik, Finanzdienstleistung und Tourismus. Zudem sollen bessere Technologien im Bereich der Erneuerbaren Energien die VAE langfristig von den Öleinnahmen unabhängiger machen. Mit einem Pro-Kopf-Einkommen von ca. 33.000 USD gehören die VAE zu den reichsten Ländern im arabischen Raum. Von den geschätzten 9,9 Mio. Einwohnern sind mehr als 80 % Ausländer. Ein Großteil davon ist durch asiatische Arbeitsmigranten gestellt, die im Niedriglohnssektor arbeiten.

Der Außenhandelsüberschuss der vergangenen Jahre ging 2015 infolge niedriger Erdölexporte um 40 % zurück. Die Importe blieben auf Vorjahresstand von rund 240 Mrd. USD. Während China und Indien als wichtigste Lieferländer ihre Ausfuhren reduzierten, konnte Deutschland seine Ausfuhren um 30 % erhöhen und Lieferungen im Wert von 14,6 Mrd. USD ausführen. Aufgrund des niedrigen Ölpreises hatten die VAE im Jahr 2015 mit einer Rezession zu kämpfen. Der öffentliche Sparkurs und sinkende Ausgaben haben großen Einfluss auf die Wirtschaft. Dennoch glauben Experten, dass insbesondere im Rahmen der Expo 2020 in Dubai neue Investitionen zu einer expandierenden Wirtschaft beitragen werden.²

Jemen:

Der Jemen liegt im Südosten der arabischen Halbinsel und grenzt an Saudi-Arabien und den Oman an. Er verfügt über eine 2.400 km lange Küste zum Roten Meer und dem Golf von Arden. Die Hauptstadt ist Sanaa mit 2,2 Mio. Einwohnern. Aufgrund der geographischen

² LIPortal (2016): Vereinigte Arabische Emirate. www.liportal.de;
Auswärtiges Amt (2016): Vereinigte Arabische Emirate. www.auswaertiges-amt.de;
GTal (2016): Wirtschaftstrends Jahresmitte 2016 Vereinigte Arabische Emirate. www.gtai.de.

Lage gibt es im Jemen verschiedene Klimazonen. In der Küstenebene herrscht ein tropisch-heißes Klima, im Hochland ein arides Wüstenklima. Im Gebirgszug Al-Sarat herrscht ein milderes Klima. Die Republik ist der zweitgrößte Staat auf der arabischen Halbinsel und ist laut der Verfassung von 1994 ein arabischer islamischer Staat, an dessen Spitze der Staatspräsident steht. Bei der letzten Präsidentschaftswahl im Februar 2012 erhielt Staatspräsident Mansour Hadi die Mehrheit. Das Repräsentantenhaus des Jemen wird alle sechs Jahre gewählt und besteht aus 301 Abgeordneten. Der Islam ist die Staatsreligion.

Die sicherheitspolitische Situation im Jemen ist derzeit sehr instabil. Im Jemen fand im Zusammenhang mit den Ereignissen des arabischen Frühlings eine Revolution statt. Seit März 2015 gibt es im Land anhaltende kriegerische Auseinandersetzungen zwischen Einheiten der Huthis, die von militärischen Verbänden des Ex-Präsidenten Saleh unterstützt werden, und einer „Arabischen Koalition“ und der Führung Saudi-Arabiens. Die Regierung unter Präsident Hadi hält sich derzeit in Saudi-Arabien auf und so gibt es keine legitimierte Regierung im Land. Nach Angaben der UNO sind 2,5 Mio. Staatsbürger auf der Flucht und mehr als 13 Mio. Menschen auf humanitäre Unterstützung durch Hilfsorganisationen angewiesen.³

Der Jemen zählt zu den ärmsten Ländern in der MENA-Region (Middle East & North Africa). Nur ca. 50 % der Bevölkerung ist angemessen mit Trinkwasser versorgt und die Kindersterblichkeit liegt bei 41 %. Die wichtigsten Lieferländer sind traditionell China, die Türkei, Indien und Saudi-Arabien. Mit 35 % sind Nahrungsmittel die größte Produktgruppe eingeführter Waren aus diesen Ländern. Der Jemen führte 21 % aller Ausfuhrüter nach Saudi-Arabien und 35 % nach China. 2015 war der Außenhandel mit Deutschland 146 Mio. Euro schwer. 144 Mio. Euro entfallen auf deutsche Exporte, 60 % davon auf Nahrungsmittel. Die kriegerischen Konflikte im Land haben zu einem wirtschaftlichen Zusammenbruch des Landes geführt. Zuvor machten Erdölverkäufe rund 90 % des Exports und 60 % der Staatseinnahmen aus. Der Verkauf wurde komplett eingestellt und Investitionen bleiben aus. Die Staatsausgaben sanken im vergangenen Jahr um 55 %. Das Ministerium für Planung und internationale Zusammenarbeit gab einen wirtschaftlichen Rückgang von -34,6 % für 2015 auf 8,7 Mrd. USD an.⁴

Oman:

Das Sultanat Oman liegt im Südosten der arabischen Halbinsel und grenzt an die Republik Jemen, Saudi-Arabien und VAE an. Weiterhin hat das Land einen Küstenzugang zum arabischen Meer und dem Golf von Oman. In der Hauptstadt Maskat leben ca. 1,2 Mio.

³ Tagesschau (2016): Jemen – Konflikt ohne Ende?. www.tagesschau.de;

UN News Centre (2016): UN humanitarian official “deeply disturbed” by unrelenting attacks. www.un.org.

⁴ Auswärtiges Amt (2016): Jemen. www.auswaertiges-amt.de;

GTal (2016): Wirtschaftsdaten kompakt Jemen. www.gtai.de;

AHK Saudi-Arabien (2016): Wirtschaft Jemen. saudi-arabien.ahk.de;

BMZ (2016): Jemen. www.bmz.de.

Menschen. Klimatisch wird das Land durch die Ausläufer des Monsuns beeinflusst. Es herrscht ein sehr heißes und tropisches Klima. Im Winter fallen nur geringe Mengen Niederschlag. Seit 1970 ist Sultan Qabus Staatsoberhaupt der absoluten Monarchie und gleichzeitig Ministerpräsident, Außenminister, Oberbefehlshaber der Streitkräfte und beruft die Mitglieder der Regierung. Er ist oberste gesetzgebende Instanz und wird durch die von ihm ernannten Minister beraten. Es gibt weiterhin zwei parlamentarische Kammern im politischen System Omans: Die beratende Versammlung Madschlis al-Shura repräsentiert die Regierungsbezirke des Landes und der Staatsrat Madschlis al-Daula wird durch namentliche Ernennung der Mitglieder gegründet. Für wichtige Beratungen und Entscheidungen treten sie unter Vorsitz des Sultans zusammen. Sie haben ein Gesetzesinitiativrecht und alle Gesetzesentwürfe bedürfen der Zustimmung beider Kammern.

Mit ihrer Wirtschaftspolitik versucht die Regierung seit Jahren die Einnahmen des Landes von Ölexporten loszulösen und stärker die Sektoren Tourismus, Transport und Logistik sowie Landwirtschaft und Fischerei zu fördern. Aktuell wird für das Jahr 2016 mit einer Konjunkturabkühlung aufgrund des ölbedingten Einbruchs der Staatseinnahmen gerechnet. Der Anteil der Öl- und Gasförderung schrumpfte im vergangenen Jahr von 50 % am nominalen BIP auf 34 %. Zwar soll langfristig die Nicht-Ölwirtschaft wachsen. Die verschlechterte Haushaltslage setzt den staatlichen Investitionen jedoch Grenzen. So soll das Wachstum in der Industrie vor allem durch den Privatsektor gestemmt werden.

Die Warenausfuhren des Omans gingen im vergangenen Jahr nach Angaben des Statistikamtes um 33 % zurück. Insbesondere der Wert der Exporte von Erdöl und Gas nahm stark ab, aber auch andere Ausfuhren sanken. Die Hauptlieferländer Omans sind die VAE, gefolgt von Japan, China und Indien. Die größten Abnehmer omanischen Öls sind China und Japan. Für deutsche Exportprodukte konnte 2015 ein Zuwachs von rund 30 % verzeichnet werden. Mit 4 Mio. Einwohnern ist der Oman eines der am dünnsten besiedelten Länder der Erde. Aus dem Weltentwicklungsbericht der UNO geht hervor, dass der Oman zudem in den vergangenen vier Jahrzehnten mitunter die größten Fortschritte in der arabischen Region gemacht hat. Eine schnelle Entwicklung in den Bereichen der medizinischen Versorgung, Infrastruktur und den sozialen Sicherungssystemen haben die Armut im Land stark reduziert. Die Regierung versucht seit Jahren den Anteil ausländischer Arbeiter im Oman zu begrenzen und erließ hierfür 2013 Regelungen, wonach der Anteil ausländischer Arbeiter ein Drittel der arbeitenden Bevölkerung nicht überschreiten darf. Die Quote lag 2015 dennoch bei 44 %.⁵

⁵ Auswärtiges Amt (2016): Oman. www.auswaertiges-amt.de;
GTal (2015): Kaufkraft und Konsumverhalten Oman. www.gtai.de.;
GTal (2016): Omans Wirtschaft wächst nur wenig. www.gtai.de.

2.2 Situation und Entwicklung der Milchwirtschaft

Saudi-Arabien:

Verglichen zur Größe des Landes ist die Anzahl der Milchfarmen mit etwa 30 überschaubar. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Saudi-Arabien über eine intensive Milchwirtschaft verfügt, in der es so gut wie keine kleinen Milchfarmen gibt. Die 30 großen Farmen sind hochmodern und hochgradig technologisiert. Ein Großteil dieser Farmen (etwa 24) ist rund um die Hauptstadt Riad verteilt in der Al-Kharj Region. In dieser Region ist es zwar ähnlich heiß wie im Rest des Landes, jedoch ist die Luftfeuchtigkeit relativ gering, was sich positiv auf die Viehhaltung auswirkt.⁶ Nach derzeitigem Stand gibt es etwa 50.000 Milchkühe, die pro Tag etwa 1,5 Mio. l Milch produzieren.

Der Trend hin zur Technologisierung ist ausgegangen von dem saudi-arabischen Marktführer Almarai mit Sitz in Riad. Die Errichtung solcher Farmen wird erst durch künstliche Bewässerung ermöglicht, die Bedingungen schafft, um den Milchkühen zu möglichst hohen Leistungen zu verhelfen. Tatsächlich ist die Produktivität saudi-arabischer Milchkühe mit bis zu 70 l am Tag sehr hoch (Vergleich Deutschland durchschnittlich 21 l pro Kuh pro Tag). In den Farmen sorgen gewaltige Klimaanlage für die Senkung der Außentemperatur von bis zu 50 Grad Celsius auf erträgliche 26 Grad Celsius. Zudem werden die Tiere mit feinem Wassernebel besprüht. Zur Erwirtschaftung eines Liters Milch werden etwa 2.500 l Wasser benötigt. Sowohl die produzierte Milch als auch das Wasser müssen permanent gekühlt werden. Die größte Herausforderung der saudi-arabischen Milchwirtschaft besteht deshalb darin, die aufzubringende Menge an Energie klein zu halten. Die Produktion ist mit einem hohen Aufwand an Energie verbunden und somit kostenintensiv.⁷

Traditionell ist zusätzlich auch die Produktion von Kamel-, Ziegen- und Schafsmilch bedeutend für die Milchwirtschaft des Landes. Auch in diesen Kategorien konnte die Produktion sich im Laufe der letzten Jahre kontinuierlich steigern (vgl. Tabelle 2).⁸

	2009	2010	2011	2012
Kuhmilch	1.508.377	1.670.000	1.700.000	1.750.000
Kamelmilch	80.500	97.800	98.000	100.000
Ziegenmilch, frisch	65.000	75.000	76.000	77.000
Schafsmilch, frisch	37.200	66.900	67.500	68.000

Tabelle 2: Milchproduktion nach Art 2009 – 2012 in t

Quelle: GTaI.

⁶ Alqaisi et al. (2010): Current situation and the development of the dairy industry in Jordan, Saudi Arabia, and Syria. Tropical Animal Health and Production.

⁷ Informationsportal für Saudi-Arabien (2016): Milch inmitten der Wüste. www.saudiarabien.de.

⁸ GTaI (2014): Lebensmittelmarkt in Saudi-Arabien wächst kräftig. www.gtai.de.

Vereinigte Arabische Emirate:

Die Milchwirtschaft in den Vereinigten Arabischen Emiraten ist ähnlich wie im Nachbarstaat Saudi-Arabien durch eine Reihe an Großbetrieben gekennzeichnet, die das Ziel verfolgen, den Bedarf des Landes zu decken. Diese intensive Milchwirtschaft besteht aus rund 26 Milchfarmen, die sich bis auf wenige Ausnahmen um die Großregion Dubai angesiedelt haben. Insgesamt wird rund 56 % der Milchnachfrage durch die Produktion im Land gedeckt, wodurch der Import von Milchprodukten unverzichtbar ist.

Aufgrund der heißen Außentemperatur von bis zu 50 Grad Celsius im Sommer und der hohen Luftfeuchtigkeit ist die Milcherzeugung sehr wasserintensiv und energieaufwändig. Rund 10.000 l Wasser verbraucht eine Kuh in einer der großen Milchfarmen des Landes pro Jahr. In riesigen Kühlanlagen wird sowohl die frische Milch gelagert, als auch das Wasser für die Klimaanlage aufbereitet. Weiterhin wird der gesamte Futtermittelbedarf importiert, was hohe Investitionen erfordert. Branchenexperten schätzen die Investitionen der Milchwirtschaft 2016 auf ca. 200 Mio. USD. Diesbezüglich lässt sich ein Rückgang der staatlichen Investitionen verzeichnen, der insbesondere für die größeren Milchbetriebe in den VAE Vorteile bietet. Die Preise für Milchprodukte sind staatlich reguliert, wodurch die Möglichkeiten einer Rentabilitätssteigerung für die Erzeuger begrenzt sind. Gemessen am Umsatz ist Almarai der größte Milchkonzern, gefolgt von Al Ain Daira aus Abu Dhabi. Die niederländische Firma FrieslandCampina, Al Rawabi Dairy und Abu Dhabi's National Food Products sind weitere große Unternehmen im Land.⁹ Viele der großen Farmen sind vollautomatisiert, häufig durch europäische Maschinen und Anlagen. Auch die deutsche Industrie hat in der Vergangenheit viele Projekte im Bereich Abfüllanlagen und damit zusammenhängenden Technologien (Hygienetechnik, Logistikeinrichtungen usw.) übernommen.¹⁰

Neben Milchkühen ist die Kamelmilchindustrie ein wachsender Branchenzweig der vergangenen Jahre gewesen. Die staatseigene Emirates Industrie for Camel Milk & Products ist mit mehr als 4.000 Kamelen die größte Kamelmilchfarm der Welt. Das Unternehmen erhielt nach zehnjähriger Existenz in 2013 u. a. die Genehmigung zur Einfuhr in die EU.¹¹

Jemen:

⁹ The International AE (2016): Dubai dairy Al Rawabi to expand with \$100 million farm in Liwa region www.thenational.ae

¹⁰ Exportmanager (2016) Nachfragetrend: Golfstaaten bleiben attraktiv www.exportmanager-online.de

¹¹ Emirates Industrie for Camel Milk & Products (2016): www.camelicious.ae

Die Milchwirtschaft des Jemens ist eine extensive Milchwirtschaft, in der die lokale Kleinbauernwirtschaft den wichtigsten Teil ausmacht. Milcherzeugnisse stellen eines der wichtigsten landwirtschaftlichen Güter dar. Die zahlreichen Kleinbauern betreiben die Milchproduktion größtenteils neben dem pflanzlichen Anbau. Die größten Viehbestände sind mit 80 % im nördlichen Teil Jemens zu finden.¹² Die gesamte Milchproduktion im Jemen belief sich zuletzt auf 379.564 t in 2014. Davon entfiel der größte Teil von 235.195 t auf die Produktion von Kuhmilch. Weiterhin wurden 75.110 t Ziegenmilch, 66.370 t Schafsmilch und 2.889 t Kamelmilch produziert. Bei allen Milchsorten ist bis 2014 eine positive Produktionstendenz zu erkennen (vgl. Abbildung 1). Das jährliche Wachstum betrug zwischen den Jahren 2008 und 2013 durchschnittlich 3,5 %.

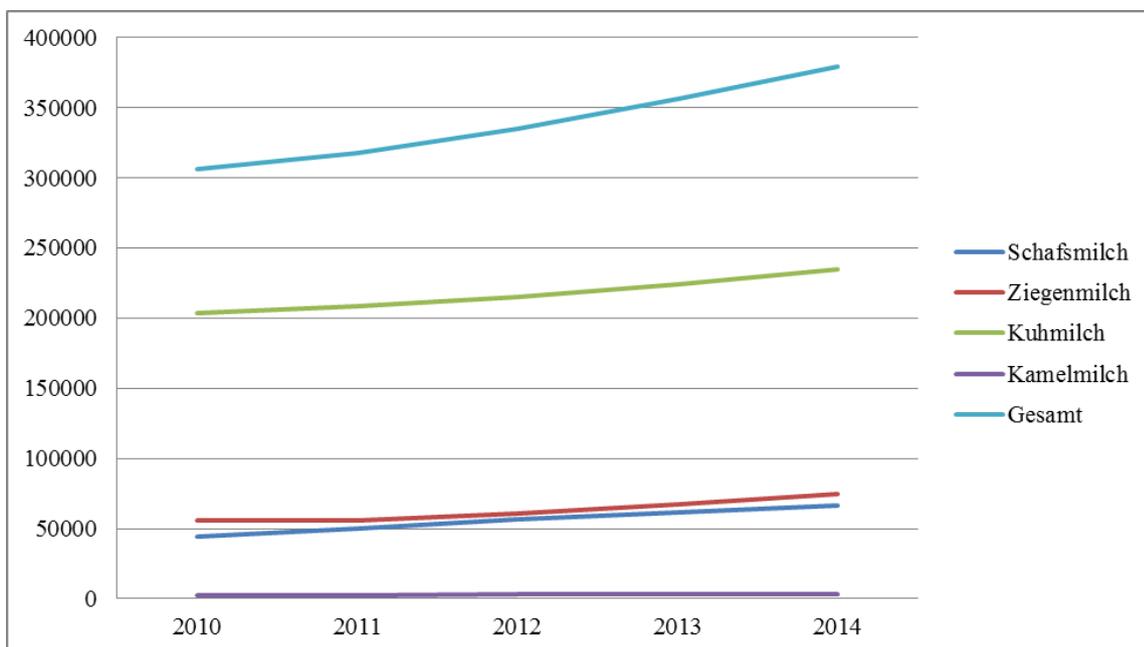


Abbildung 1: Milchproduktion im Jemen nach Art

Quelle: Eigene Abbildung nach Central Statistical Organisation Yemen.

Eine jemenitische Kuh produziert durchschnittlich lediglich zwei bis drei Liter Milch am Tag und ist damit im internationalen Vergleich nicht sehr produktiv. Es mangelt jedoch an professioneller Expertise und an Geld, um Maßnahmen einzuführen, welche zur Erhöhung der Produktivitätsraten führen würden. Insbesondere in der Kleinbauernwirtschaft fehlt es zudem an finanziellen Ressourcen, um die Milchkühe adäquat zu füttern.¹³

Bevor der Krieg im Jemen ausbrach, entwickelte die jemenitische Milchwirtschaft zunehmend einen intensiven Produktionszweig mit großen Milchfarmen, die Zugriff auf moderne Technologien hatten und dementsprechend höhere Produktivitätsniveaus

¹² Abdulkarim Amad (2016): Interview vom 14.10.2016.

¹³ Abdulkarim Amad (2016): Interview vom 14.10.2016.

erreichten.¹⁴ Als Konsequenz der weiterhin anhaltenden Konflikte mussten drei der fünf staatlichen Milchfarmen geschlossen werden. Ein Großteil der Milchkühe ist noch vor den Schließungen verstorben. Der Rest ist an lokale Bauern umverteilt worden. Heute gibt es neben den zahlreichen Kleinbauern drei große Milchfarmen, von denen zwei weiterhin in staatlichem Besitz sind. In diesen Milchfarmen werden insgesamt etwa 1.500 Holstein Friesen gehalten. Die staatlichen Milchfarmen sind im Dhamar Governorate und die private Milchfarm im Hodeida Governorate ansässig. Im Rest des Landes werden fast ausschließlich Kühe der Rasse Zibu gezüchtet. Diese sind mit 250 bis 350 kg etwas kleiner als in anderen Ländern der Region. Offiziellen Statistiken zufolge gab es im Jahr 2013 knapp 1,7 Mio. Kühe im Jemen.¹⁵ Abdulkarim Amad (2016) geht davon aus, dass diese Zahl für das Jahr 2016 geringer ausfällt, rechnet aber nicht mit aktuellen Veröffentlichungen.

Oman:

Im Oman herrscht ein subtropisches Klima und selbst im Winter ist es selten unter 25 Grad Celsius. Da die jährlichen Durchschnittstemperaturen im Süden des Landes aber bei über 30 Grad Celsius liegen, konzentrieren sich die größeren Teile der Landwirtschaft auf den Norden des Landes. Insgesamt wartet der Oman mit lediglich 0,12 % Kulturland auf. Davon ist knapp die Hälfte im Hauptanbau- und Zuchtgebiet Batinah Plain im Norden angesiedelt. Selbst in dieser Region ist eine kostenintensive künstliche Bewässerung notwendig.¹⁶ Die Bestände aller Tiere, die zur Milch- und Fleischproduktion genutzt werden, sind in den letzten Jahren trotz der extremen klimatischen Bedingungen angestiegen. Experten führen dies auf die wachsenden Investitionen in moderne Technologien für die Zucht zurück. 2014 zählte die omanische Viehherde 366.700 Rinder. 2013 belief sich die Größe der Viehherde noch auf 359.500 Rinder. Selbiges gilt, wenn auch in kleinerem Maße, für die omanischen Schafbestände, die von 548.200 Tieren (2013) auf 559.200 Tiere (2014) anwuchsen. Die Anzahl von Kamelen stieg im selben Zeitraum von 242.900 auf 247.700 Kamele. Schließlich erreichte die Ziegenherde 2014 eine Größe von 2,1 Mio. Tieren, was einem kleinen Anstieg von 2,09 Mio. Tieren im Jahr 2013 entspricht.¹⁷

Alle Anstrengungen in der omanischen Milchwirtschaft gelten der Verringerung der Importabhängigkeit. Dementsprechend wird derzeit die größte Milchfarm des Landes erbaut, welche ab 2017 eröffnet werden soll. Dieses Großprojekt wird durchgeführt von der Oman Food Investment Holding Company (OFIC), welche seit 2012 als staatseigenes Unternehmen Investments in die omanische Lebensmittelproduktion fördert. Die Mazoon Dairy Company soll 2017 ihre Tore in der Dhofar Region (Al Buraimi Governorate) mit 4.000 Milchkühen öffnen. Die Dhofar Region wartet schon heute mit etwa 70 % der omanischen Milchkuhherde

¹⁴ Ministry of Agriculture and Irrigation (2012): National Agricultural Sector Strategy 2012-2016. www.ye.undp.org.

¹⁵ IFCN (2015): IFCN Dairy Report 2014 - Yemen.

¹⁶ Sinéad Lehane (2015): The Sultanate of Oman: Food and Water Security to 2025. www.futuredirections.org.au.

¹⁷ Oxford Business Group (2015): Oman's increasing domestic production in agriculture and fisheries to reduce imports. www.oxfordbusinessgroup.com.

auf. 2014 produzierte der Oman etwa 91.000 t Milcherzeugnisse, 2013 etwa 89.000 t und im Jahr 2012 etwa 72.000 t. Die Mazoon Dairy Company will allein jährlich 90.000 t Milch produzieren und damit die Importabhängigkeit bis 2026 auf 13 % reduzieren.¹⁸

¹⁸ Ebd.

3 Handel zwischen Deutschland und den Zielländern

- Die Milchwirtschaft der hier analysierten Länder kann die Nachfrage im Land bei Weitem nicht decken, was sich nicht zuletzt in niedrigen Selbstversorgungsraten ausdrückt.
- Dementsprechend ist die Importabhängigkeit trotz ständiger Bestrebungen und hoher Investitionssummen sehr hoch.
- Die Exportrahmenbedingungen für Saudi-Arabien, die VAE und den Oman sind in erster Linie durch ihre Mitgliedschaft im GCC geprägt. Die Importverfahren sind über die letzten Jahre stark harmonisiert worden und eine Zollunion geschaffen worden.
- Eine Herausforderung besteht in den hohen Importkosten für Drittländer. Einerseits fallen hier Zölle und einige zusätzliche Abgaben an, andererseits müssen insbesondere tierische Erzeugnisse von einer Reihe von Zertifikaten begleitet werden, deren Beglaubigungen kostenintensiv sind.
- Weniger institutionalisiert ist der Export von Milcherzeugnissen nach Jemen. Der Zolltarif für Milchprodukte beläuft sich in allen vier Ländern auf 5 %.

3.1 Exportrahmenbedingungen

Saudi-Arabien:

Saudi-Arabien stellt unter den vier in dieser Studie untersuchten Ländern den wichtigsten und größten Absatzmarkt für deutsche Milchausfuhren. Deutsche Exporte von Frischmilch nach Saudi-Arabien beliefen sich im Jahr 2015 auf rund 712 t. Hierbei stieg der Absatz an Kleinpackungen um 50 % an, wobei sich jener von Großpackungen um 50 % reduzierte. Die größten Exporte von Milcherzeugnissen wurden, ebenso wie im Vorjahr, mit 25.760 t durch Kondensmilch und Milchkonzentrat, gefolgt von Magermilchpulver mit rund 9.410 t, erzielt. Im Vergleich zum Jahr 2014 gingen deutsche Ausfuhren von Käse ins Königreich um ca. 35 % zurück und betragen noch 2.244 t im Jahr 2014.¹⁹

Die Exportrahmenbedingungen nach Saudi-Arabien sind in erster Linie durch die Mitgliedschaft bei der World Trade Organization (WTO) bedingt. Das Königreich ist seit 2005 Mitglied der WTO und hat seitdem deutlich sowohl tarifäre als auch nichttarifäre Handelshemmnisse abgebaut. Zusätzlich ist Saudi-Arabien Mitglied des GCC, welcher seit 2003 in Form einer Zollunion existiert. Seitdem ist der Warenhandel unter den Mitgliedstaaten zollfrei. Der GCC setzt sich aus den Staaten Bahrain, Katar, Oman, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Saudi-Arabien zusammen. Zum jetzigen Zeitpunkt wird zudem über die Schaffung einer Währungsunion diskutiert. Dem zu diesem Zweck

¹⁹ Export-Union für Milchprodukte e.V. (2016): Deutscher Außenhandel 2014/2015.

gegründeten GCC Monetary Council sind die VAE und Oman nicht beigetreten. Mittelfristig ist eine Erweiterung des GCC um Jordanien und Marokko geplant. Langfristig soll auch der Jemen dem GCC beitreten. Bislang wurde zwischen der EU und dem GCC kein Freihandelsabkommen geschlossen. 2014 ist allerdings ein Freihandelsabkommen mit der European Free Trade Association (EFTA) in Kraft getreten. Eine grundsätzliche Bereitschaft für den Abschluss solcher Abkommen ist also vorhanden.

Während sehr viele Lebensmittel in den Mitgliedstaaten der GCC von einem Zollsatz befreit sind, gilt für Milch und Milchprodukte der Regelzollsatz von 5 %.²⁰ Bei der Wareneinfuhr in die GCC-Staaten fällt keine Einfuhrumsatzsteuer an. Eine Umsatzsteuer ist in den Mitgliedstaaten derzeit im Gespräch. Der Steuersatz soll zwischen 3 und 5 % hoch sein und auf den Warenverkehr und Dienstleistungen gleichermaßen angewandt werden. Die GCC-Mitgliedstaaten streben einen einheitlichen Steuersatz an, um Missbrauch und unfairen Wettbewerb zu vermeiden. Es soll u. a. bei bestimmten Nahrungsmitteln zur Befreiung der Mehrwertsteuer kommen. Über den Katalog der Mehrwertsteuer-Befreiung wird derzeit noch debattiert.²¹

Vor der Warenausfuhr sind folgende Dokumente zu erstellen:

- Handelsrechnung (von der zuständigen Industrie- und Handelskammer beglaubigt)
- Ursprungszeugnis (von der zuständigen Industrie- und Handelskammer beglaubigt)
- Packliste
- Frachtbrief
- Versicherungspolice, ggf. Genehmigungen, Zertifikate und Versanddokumente

Die vorherige Beglaubigung der Warenbegleitpapiere durch die jeweilige zuständige Industrie- und Handelskammer ist von Seiten der saudi-arabischen Zollbehörden vorgeschrieben. Diese Dokumente sind den Zollbehörden elektronisch über das sogenannte „Exportal“ zu übermitteln. Das Portal besteht erst seit kurzer Zeit und die Mitgliedstaaten der EU agieren derzeit als „First Launch Group“.²²

Milcherzeugnisse fallen in die Kategorie der genehmigungspflichtigen Einfuhren und unterliegen somit gesonderten Vorschriften. In Saudi-Arabien ist die Saudi Food and Drug Authority (SFDA) zuständig für die Tier- und Pflanzengesundheit sowie die Gewährleistung der Sicherheit und Qualität aller Lebensmittel in Saudi-Arabien. Für den Import von Milchprodukten sind folgende Formalien zu beachten:

²⁰ Saudi Customs (2016): Customs Tariff. www.customs.gov.sa.

²¹ GTaI (2016): GCC – Einführung der Mehrwertsteuer ab 2018 geplant. www.gtai.de.

²² Exportal (2016): Exportal introduction. www.exportal.com.

- Importeure müssen bei der SFDA gemeldet sein und ihre Produkte registriert haben.
- Importierte Nahrungsmittel müssen den saudi-arabischen Nahrungsmittelvorschriften entsprechen.
- Der Importeur muss im Handelsregister eingetragen sein. Der Wortlaut des Handelsregistereintrages muss explizit „Food Trade“ ausdrücken.
- Ein Halal-Zertifikat ist zwar keine Voraussetzung für den Import von Milcherzeugnissen, kann aber verlangt werden und muss in diesem Fall vorgelegt werden. Experten der GTaI empfehlen die Zertifizierung dennoch, denn diese führt bei verschiedenen Produkten zu einer erhöhten Akzeptanz unter muslimischen Kunden.
- Es muss ein offizielles veterinärärztliches, in Deutschland ausgestelltes Gesundheitszeugnis mit folgenden Angaben beigelegt werden: Eindeutige Kennzeichen und Merkmale der Ware, Warenursprung.

Zusätzlich müssen alle Lebensmittel auf arabischer Sprache etikettiert werden. Dabei sind folgende Angaben obligatorisch:

- Produktname und Produktmarke
- Inhaltsstoffe (in abnehmender Reihenfolge nach ihrem Gewichtsanteil)
- Nettogewicht in metrischen Einheiten
- Ursprungsland
- Name und Adresse des Herstellers
- Herstellungs- und Haltbarkeitsdatum

Bezüglich der Ursprungsmarkierung ist wichtig, dass diese einerseits gut lesbar und andererseits dauerhaft mit der Ware verbunden sein muss. Bei Milcherzeugnissen ist die Markierung auf der Verpackung zulässig, sie ist dann auf der kleinsten Verpackungseinheit vorzunehmen. Die Ursprungsmarkierung sowie die Etikettierung kann nicht vom Importeur übernommen werden, sondern müssen vom Exporteur vor der Ausfuhr angebracht werden. Eine Etikettierung in Klebeform ist nicht zulässig (stattdessen Druck, Gravur oder Pressung).

Die meisten Lebensmittel werden über die Häfen von Jeddah und Dammam eingeführt sowie über die Flughäfen von Riad und Jeddah. Frische und gefrorene Lebensmittel werden in der Regel innerhalb von 24 Stunden abgefertigt. Bei der Wahl der Zollstelle ist besonders zu beachten, dass alle tierischen Produkte einer veterinären Inspektion unterzogen werden müssen und nicht alle Zollstellen dazu befugt sind.²³ Flughafenzollstellen zur Abfertigung tierischer Erzeugnisse sind folgende: King Abdul Aziz Airport, Jeddah; King Fahd Airport, Al Dammam; King Khaled Airport, Riyadh; Prince Muhammad bin Abdul Aziz Airport, Medina. Hafenzollstellen zur Abfertigung tierischer Erzeugnisse sind folgende: Jizan; Riyadh

²³ GTaI (2015): Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren Saudi-Arabien. www.gtai.de.

Dry Port; Al Dammam und Jeddah. Landzollstellen zur Abfertigung tierischer Erzeugnisse sind folgende: Al-Bathaa (Grenze zu den VAE); Al-Haditha (Grenze zu Jordanien); Al-Rak'I (Grenze zu Kuwait); Al-Tual (Grenze zum Jemen); Jadidat Ar'ar (Grenze zum Irak); King Fahd Brücke, Al Dammam und Salwa (Grenze zu Katar).

Vereinigte Arabische Emirate:

Die VAE sind hochgradig von dem Import von Lebensmitteln abhängig. Auch die verarbeitende Industrie des Landes benutzt importierte Rohware in der Produktion.²⁴ Für Milcherzeugnisse ergibt sich ein ähnliches Bild. So wurden rund 4.510 t Vollmilch- und teilentrahmtes Milchpulver aus Deutschland in die VAE exportiert, bedeutende Teile hiervon für die Weiterverarbeitung im Land. Auch Magermilchpulver ist mit 3.320 t eines der größten Importprodukte der Außenhandelsbilanz. Ein großer Anstieg der Ausfuhren verzeichnete die Kategorie Frischmilch. Hier stieg die Ausfuhrmenge aus Deutschland von ca. 2.400 t in 2014 auf ca. 5.700 t in 2015 an. Mit Saudi-Arabien, Kuwait und Mauretanien sind die VAE die wichtigsten Drittländer für den Export deutscher Kondensmilch und Milchkonzentrats. Weiterhin konnten Joghurt und Dickmilcherzeugnisse stärker exportiert werden. Ausfuhrückgänge hingegen wurden in den Segmenten Milchmischgetränke (-70 % auf 80 t in 2015) und Butter (von 250 t in 2014 auf 200 t in 2015) verbucht.²⁵

Da die VAE ebenso wie Saudi-Arabien Mitglied des GCC sind, gelten die gleichen Rahmenbedingungen für den Warenimport, die oben zu Saudi-Arabien beschrieben wurden. Ein Freihandelsabkommen mit der EU gibt es nicht und der Zollsatz für einen Großteil der Waren beläuft sich auf 5 %. Dieser Zollsatz ist auch auf Milcherzeugnisse anwendbar. Es gelten ebenso derzeit noch keine Einfuhrumsatz- oder Verbrauchsteuern. Die Warenbegleitpapiere für gewerbliche Warensendungen sind folgende:

- Handelsrechnung (vierfach): Die Handelsrechnung ist in Arabisch oder Englisch zu erstellen und sollte Name sowie Adresse des Herstellers, des Verkäufers und des Spediteurs, Liefer- und Zahlungsbedingungen, Verlade- und Abfahrtshafen, Nummern, Anzahl und Art der Packstücke, Warenbezeichnung, Zolltarifnummer, Brutto- und Nettogewicht, Einzel- und Gesamtpreis, Ursprungsland, Stempel und Unterschrift enthalten.
- Ursprungszeugnis (dreifach): Das Ursprungszeugnis muss Name und Adresse des Käufers, den Verlade- und Abfahrtshafen und den Namen und die Adresse des Herstellers enthalten.
- Herstellererklärung (zweifach): Eine Herstellererklärung ist nur beizulegen, wenn der Importeur diese spezifisch verlangt.

²⁴ Agriculture and Agri-Food Canada (2012): Consumer Trends – Ice Cream in the UAE. www.agr.gc.ca.

²⁵ Export-Union für Milchprodukte e.V. (2016): Deutscher Außenhandel 2014/2015.

- Versicherungsnachweis: Ein Versicherungsnachweis kann für die Zollabfertigung verlangt werden.
- Frachtdokumente: Je nach Frachtverfahren muss ein Luftfrachtbrief oder ein Konnossement beigelegt werden.
- Packliste (vierfach): Eine Packliste im Original in Arabisch oder Englisch mit Angaben von HS-Codes wird grundsätzlich verlangt.
- Gesundheitszeugnis im Original: Bei der Einfuhr von Lebensmitteln ist ein Gesundheitszeugnis, ausgestellt von einer staatlichen Gesundheitsbehörde im Ursprungsland der Ware, beizulegen.

Bei Exporten in die VAE ist eine vorherige Legalisierung der Warenbegleitpapiere erforderlich. Das Verfahren zur Legalisierung ist folgendes: Die Warenbegleitpapiere werden von der zuständigen IHK ausgestellt bzw. bescheinigt (in vierfacher Ausführung). Die IHK behält eine Kopie. Die Dokumente werden danach bei der Arabisch-Deutschen Vereinigung für Handel und Industrie (GHORFA) zur weiteren Behandlung eingereicht (in dreifacher Ausführung). Die GHORFA behält ebenfalls eine Kopie und leitet die Dokumente im Anschluss an die Konsularabteilung der Botschaft der VAE weiter. Diese behält eine weitere Kopie aller Handelspapiere und legalisiert das Original, nicht aber die eingereichten Kopien. In einem beigelegten frankierten und adressierten Rückumschlag werden die legalisierten Dokumente zurückgeschickt. Bei weiteren Fragen zu dem konkreten Vorgehen dient die GHORFA als Ansprechpartner. Für die Legalisierung der Papiere erhebt das Konsulat vergleichsweise hohe Gebühren. Diese sind in Tabelle 3 aufgezeigt. Zusätzlich erhebt die GHORFA pro zu legalisierendem Dokument eine Gebühr von 18 Euro.²⁶

²⁶ GHORFA (2016): Vorschriften und Gebührenordnung für Legalisierungen bei der Botschaft der vereinigten Arabischen Emirate. ghorfa.de.

Dokument	Preis
Ursprungszeugnisse, je Exemplar (auch Kopie) Hersteller-Erklärungen, Analysenzertifikate, Uni-, Schulzertifikate und dergleichen, je Exemplar (auch Kopie) Handelsregisterauszug mit Handelsvertrag	60 Euro
Verträge und Handelsvollmachten, Trade Marks, Patent, Board resolution, Assigment und (auch Kopien), je Exemplar Handelsregisterauszug ohne Handelsvertrag	800 Euro
Handelsrechnung je nach Betragswert von 0,00 Euro bis 345.833,33 Euro	40 – 1.660 Euro
Alle weiteren Kopien von Handelsrechnungen je Exemplar	60 Euro.

Tabelle 3: Konsulatsgebühren für die Legalisierung von Warenbegleitpapieren in die VAE

Quelle: GHORFA.

Lebensmittel müssen in arabischer Sprache etikettiert werden unter folgenden Angaben:

- Produktname und Produktmarke
- Inhaltsstoffe in abnehmender Reihenfolge nach ihrem Gewichtsanteil
- Nettogewicht in metrischen Einheiten
- Ursprungsland
- Name und Adresse des Herstellers oder des Importeurs
- Herstellungs- und Haltbarkeitsdatum
- Barcode des Produkts
- Liste der Zutaten, die eine Überempfindlichkeit auslösen können
- Nährwertangaben

Erzeugnisse tierischen Ursprungs unterliegen zudem der Pflicht einer veterinären Inspektion und müssen dementsprechend von einem veterinären Zertifikat begleitet werden. Sie dürfen nur eingeführt werden, wenn eine Importgenehmigung des Umweltministeriums der VAE (Ministry of Climate Change and Environment) vorliegt. Bei der Einfuhr ist zudem zu

beachten, dass nicht alle See- und Flughäfen über ein Inspektionsbüro des Food Control Departments verfügen. Tabelle 4 zeigt alle Zollstellen, die Lebensmittel annehmen.²⁷

Flughafenzollstellen	Hafenzollstellen	Landzollstellen
Dubai Flower Center	Jebel Ali Gate 3	Hatta Port
Cargo Village EK	Al Hamriya Port	Alaa Alddin Yard for containers
Al Maktoum Air Port DWC	Wharfage	

Tabelle 4: Zollstellen zur Abfertigung tierischer Erzeugnisse in den VAE

Quelle: Food Control Department.

Für alle für den menschlichen Verzehr bestimmten Produkte muss zusätzlich ein Analysezertifikat (FIT-Analysis) zur Bestätigung der uneingeschränkten Genusstauglichkeit des Lebensmittels beigefügt werden. Dieses kann sowohl durch das Dubai Central Food Laboratory als auch von im Ausland akkreditierten Laboren ausgestellt werden.²⁸

Jemen:

In einem Interview mit dem Experten für die jemenitische Milchwirtschaft Abdulkarim Amad (2016) gab dieser an, dass die am meisten importierten Produkte H-Milch, Käse, Butter und Milchpulver sind. Insbesondere Milchpulver werde viel importiert und mit Wasser angerührt den Kindern gegeben. Als Hauptlieferland nannte er Australien. Die Importabhängigkeit beschreibt er als sehr hoch. Da aber zeitgleich die wirtschaftliche Situation derart unvorteilhaft ist, werden immer weniger Milchprodukte importiert. Die Selbstversorgungsrate liegt demnach bei etwa 57 % (Stand 2014). Die geringe Kaufkraft im Jemen äußert sich letztlich darin, dass die Nachfrage nach Milcherzeugnissen nicht gedeckt wird. Der deutsche Außenhandel mit Milchprodukten in den Jemen hat sich 2015 aufgrund des anhaltenden Konflikts deutlich reduziert. Einzige Ausfuhren waren Magermilchpulver, Käse sowie Joghurt- und Buttermilchpulver. Magermilchpulver hatte mit 1.290 t den größten Anteil an den deutschen Exporten und konnte dabei im Vergleich zum Vorjahr um 40 % gesteigert werden. Während im Jahr 2014 noch rund 350 t Joghurt- und Buttermilchpulver exportiert wurden, brachen die Ausfuhren in 2015 um 70 % auf 100 t ein. Die Exportmenge von Käse insgesamt lag bei 2,8 t. Deutsche Exporte von Frischmilch in den Jemen wurden ausgesetzt, nachdem 2014 noch 25 t exportiert wurden.²⁹

²⁷ Food Control Department (2016): Inspection in the ports. login.dm.gov.ae.

²⁸ GTaI (2014): Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren Vereinigte Arabische Emirate. www.gtai.de.

²⁹ Export-Union für Milchprodukte e.V. (2016): Deutscher Außenhandel 2014/2015.

Als einziger der hier untersuchten Märkte ist der Jemen kein Mitglied des GCC und als solcher nicht Teil einer Zollunion. Es gelten abweichende Regeln sowie Tarife. Jedoch orientiert sich der Zolltarif für Milcherzeugnisse an jenem der Nachbarländer und liegt ebenso bei 5 % für die meisten Milchprodukte. Eine Ausnahme bildet der Zolltarif für Frischmilch, welcher 10 % beträgt. Es müssen folgende Warenbegleitpapiere erstellt werden:

- Frachtbrief
- Handelsrechnung
- Ursprungszeugnis
- Gesundheitszeugnis³⁰

Auch für die Wareneinfuhr in den Jemen müssen die Begleitpapiere vorab im Ursprungsland beglaubigt werden. Dafür gelten die in Tabelle 5 dargestellten Konsulatsgebühren.

Dokument	Preis
Ursprungszeugnis, Gesundheitszeugnis, Auszug aus dem Handelsregister	150 Euro
Handelsrechnung Betragswert von 0 Euro bis 50.000 Euro	200 Euro
Handelsrechnung Betragswert von 50.001 Euro bis 150.000 Euro	300 Euro
Handelsrechnung Betragswert von 150.001 Euro bis 250.000 Euro	400 Euro
Handelsrechnung Betragswert ab 250.001 Euro	600 Euro
die zu legalisierende Kopie	100 Euro

Tabelle 5: Konsulatsgebühren für die Legalisierung von Warenbegleitpapieren nach Jemen

Quelle: GHORFA.

Oman:

Bei deutschen Ausfuhren von Vollmilch- und teilentrahmtem Milchpulver hat sich der Oman, der in den Vorjahren hier nie in Erscheinung getreten ist, mit seiner Nachfrage gleich in die Spitzengruppe der Drittländer gesetzt. Hinter Italien, Frankreich, den Niederlanden und Saudi-Arabien war er in dieser Produktkategorie 2015 das wichtigste Exportland. Auch Joghurt- und Buttermilchpulver wurde von den Abnehmern stärker nachgefragt, sodass die

³⁰ Dairy Australia (2016): Yemen. www.dairyaustralia.com.au.

Ausfuhren von 8 t in 2014 auf 15,6 t im Jahr 2015 anstiegen. Darüber hinaus stiegen die Ausfuhren deutscher Käsehersteller in diesem Zeitraum um 13,5 % auf 93 t. Deutsche Exporte von Frischmilch in den Oman sanken 2015 um die Hälfte auf 21,2 t.³¹

Da der Oman ebenso wie Saudi-Arabien und die VAE Mitglied des GCC ist, gelten die gleichen Rahmenbedingungen für den Warenimport, die oben zu Saudi-Arabien beschrieben worden. Ein Freihandelsabkommen mit der EU gibt es nicht und der Zollsatz für einen Großteil der Waren beläuft sich auf 5 %. Dieser Zollsatz ist auch auf Milcherzeugnisse anwendbar. Es gelten ebenso derzeit noch keine Einfuhrumsatz- oder Verbrauchsteuern. Der Warenhandel innerhalb der Zollunion des GCC ist frei. Das Directorate General of Customs ist dabei zuständig für die Durchführung und Prüfung der Importe.³² Für den erfolgreichen Import verlangt es folgende Dokumente:

- Handelsrechnung
- Packliste
- Frachtbrief
- Zertifiziertes Gesundheitszeugnis
- Ursprungszeugnis
- Importgenehmigung durch das jeweils verantwortliche omanische Ministerium

Das verantwortliche Ministerium für importierte landwirtschaftliche Erzeugnisse ist das Ministry of Agriculture (MOA). Für den Import von Milcherzeugnissen ist eine Genehmigung des MOA einzuholen. Ähnlich wie in den VAE muss vor der Wareneinfuhr eine Legalisierung der Warenbegleitpapiere erfolgen. Das Verfahren zur Legalisierung ist identisch wie das Verfahren in den VAE mit einer Vorbeglaubigung der jeweiligen IHK, einer Bearbeitung durch die GHORFA und der anschließenden Weiterleitung und finalen Legalisierung der Papiere. Tabelle 6 zeigt die Konsulatsgebühren auf.³³

³¹ Export-Union für Milchprodukte e.V. (2016): Deutscher Außenhandel 2014/2015.

³² www.customs.gov.om.

³³ GHORFA (2016): Vorschriften und Gebührenordnung für Legalisierungen bei der Botschaft des Sultanats Oman. ghorfa.de.

Dokument	Original	Kopie
Handelsrechnung unter 10.000 USD Agency Agreement, Assignments	100 Euro	50 Euro
Handelsrechnung über 10. 000 USD	150 Euro	75 Euro
Ursprungszeugnis Handelserklärungen	50 Euro	25 Euro
Handelsvollmacht	175 Euro	75 Euro
Gesundheitszeugnis	50 Euro	50 Euro

Tabelle 6: Konsulatsgebühren für die Legalisierung von Warenbegleitpapieren in den Oman

Quelle: GHORFA.

Bei der Etikettierung ist zu beachten, dass diese zwangsläufig auf Arabisch erfolgen muss. Im Falle einer Etikettierung auf Englisch stellt das Ministry of Commerce (MOC) es aber frei, eine Übersetzung nachträglich durch das importierende heimische Unternehmen anbringen zu lassen. Die komplette Etikettierung muss fest angebracht sein am Produkt durch Druck, Gravur oder Pressung. Sie muss folgendes enthalten:

- Produkt- und Markenname
- Ursprungsland
- Inhaltsstoffe in abnehmender Reihenfolge nach ihrem Gewichtsanteil
- Nettogewicht in metrischen Einheiten
- Zusatzstoffe, wenn vorhanden
- Produktions- und Ablaufdatum
- Name und Adresse des Herstellers oder des Importeurs

Lebensmittel werden hauptsächlich an den folgenden drei Häfen eingeführt: Port of Sultan Qaboos in Maskat, Port of Salalah und Port of Sohar.³⁴

³⁴ USDA (2012): Oman Food and Agricultural Import Regulations and Standards. gain.fas.usda.gov.

3.2 Bestehende Importstrukturen

Saudi-Arabien:

Importeure müssen in Saudi-Arabien über einen Eintrag im Handelsregister verfügen. Sie müssen zudem eine gesonderte Registrierung beim Landwirtschaftsministerium beantragen, um Waren tierischen oder pflanzlichen Ursprungs importieren zu dürfen. Weiterhin müssen Importeure einen E-Account bei der SFDA haben, in dem alle Produkte vorab registriert werden. Neben der Option, seine Produkte über einen klassischen Importeur ins Land einzuführen, bestehen potenzielle alternative Einfuhrkanäle für Milcherzeugnisse. Eine wichtige Entwicklung ist die Ankunft von Private Label Produkten in Saudi-Arabien, in dessen Folge eine Reihe von heimischen Unternehmen sich auf die Herstellung dieser Produkte für die Supermarktketten spezialisiert haben. Zur Herstellung dieser Produkte sind sie vielfach auf importierte Rohware sowie Halbfabrikate angewiesen. Weiterhin gibt es in Saudi-Arabien diverse Handelsagenten, mit deren Hilfe Marken gezielt auf dem saudi-arabischen Markt platziert werden. Diese Alternative bietet sich besonders für größere ausländische Hersteller mit umfangreichen finanziellen Ressourcen an.

Ein weiterer Einfuhrkanal ist durch die großen Hypermarkt- und Supermarktketten gegeben. Insbesondere die große französische Kette Carrefour und die aus Dubai stammende Kette Lulu sind hier nennenswert. Aber auch die lokalen Supermarktketten Othaim, Panda, Tamimi und Danube sind bei Direktimporten aktiv. Bei dieser Art von Import liegt in der Regel keine bindende Vereinbarung zur Grundlage. Dementsprechend richten sich die Einfuhrmengen jeden Monat nach der Nachfrage.³⁵

Vereinigte Arabische Emirate:

Die Wareneinfuhr in die VAE ist ausschließlich durch einen vor Ort ansässigen Importeur möglich, da die gewerbliche Wareneinfuhr grundsätzlich Staatsbürgern der VAE vorbehalten ist. Ferner muss dieser Staatsbürger über eine gültige Handelslizenz verfügen. Für deren Erteilung ist eine Registrierung beim Department of Economic Development vorzunehmen.³⁶ Es sind weiterhin ein Handelsregistereintrag, die Eintragung des Firmennamens und die Registrierung bei folgenden Stellen notwendig: Handelskammer des jeweiligen Emirats, Ports and Customs Authority und Dubai Trade (für das Emirat Dubai). Sind diese Bedingungen erfüllt, ist ein emirisches Unternehmen zum Warenimport befugt.

Für die Wareneinfuhr von Lebensmitteln muss der Importeur zusätzliche Bedingungen erfüllen. Das Unternehmen muss über eine Registrierung als Lebensmittelimporteur verfügen. Das Unternehmen muss in der Food Import Re-export Services (FIRS) Database registriert

³⁵ USDA (2015): Saudi Arabia Exporter Guide. gain.fas.usda.gov.

³⁶ Government of Dubai (2016): Department of Economic Development. dubaied.gov.ae.

sein, um dort die eingeführten Lebensmittel für die Einfuhr anzumelden. Außerdem muss ein Vertreter des Unternehmens an einer Schulung des Food Control Department teilgenommen haben. Als weitere Voraussetzung für den Import von Lebensmitteln muss eine Anzahlung von 15.000 Dirham entrichtet werden, welche den Importeur zur unbegrenzten Lebensmitteleinfuhr berechtigt.³⁷ Es gibt in den VAE eine große Anzahl an Importeuren. Da Dubai das Handelszentrum der VAE darstellt, sind die meisten Importeure dort ansässig. Eine Liste aller Importeure in Dubai ist auf der Webseite des Emirats Dubai einzusehen.³⁸

Zudem hat sich auch der direkte Import von Hypermarkt- und Supermarktketten als bedeutender und wachsender Einfuhrkanal erwiesen. Um günstigere Preise anbieten zu können, versuchen immer mehr der großen Ketten Importeure, Handelsagenten, Distributeure und anderweitige Zwischenstationen zu vermeiden.³⁹

Jemen:

Über bestehende Importstrukturen lässt sich zum jetzigen Zeitpunkt nichts berichten. Abdulkarim zufolge liegt die Wirtschaft derart brach, dass alle zuvor etablierten Importstrukturen zusammengebrochen sind. Es gibt eine sehr kleine Anzahl großer internationaler Akteure, die in vergleichsweise kleinem Maße primär Milchpulver in den Jemen exportieren. Diese verfügen über eine eigene Infrastruktur und die finanziellen sowie operativen Kapazitäten, um den Import aus eigener Kraft anzutreiben.⁴⁰

Oman:

Die Lieferkette im Oman braucht Planung, muss kontrolliert werden und ist nicht billig. Es gibt sehr gute Firmen mit großer Erfahrung in der Logistik. Diese stellen umfangreiche Lösungen bereit. Besonders etabliert ist im Oman eine Struktur mit „Commercial Agencies“ (Handelsagenturen). Diese übernehmen für die importierenden Unternehmen die Vermarktung und Distribution der Produkte und sind in der Regel auch im Importprozess stark involviert.

Eine solche Handelsagentur muss folgende Kriterien erfüllen, um als solche anerkannt zu werden:

- Sie muss entweder durch einen Staatsbürger des Omans repräsentiert oder ein Unternehmen mit mindestens 30 % omanischen Anteilseignern sein.
- Sie muss beim Ministerium für Handel und Industrie im „Commercial Agency Register“ erfasst sein.

³⁷ Food Control Department (2016): How to register a new food company in Dubai Municipality's Services. login.dm.gov.ae.

Food Control Department (2016): Food Items Procedure/ Company Procedures. login.dm.gov.ae.

³⁸ AllDubai.ae (2016): Dubai Importers & Exporters Directory. alldubai.ae.

³⁹ Alpen Capital (2015): GCC Retail Industry Report. www.alpencapital.com.

⁴⁰ Abdulkarim Amad (2016): Interview vom 14.10.2016.

Ein unkomplizierter und vielfach gewählter Importweg ist über die größeren Märkte Saudi-Arabien und VAE, welche als Mitglieder des GCC ebenfalls Teil der Zollunion sind.⁴¹

Messen:

Die führende regionale Branchenmesse im Bereich Lebensmittel ist die „Gulfood – Food and Hospitality“. Die jährlich stattfindende Messe wird im Rahmen des Auslandsmesse-Programms durch das BMEL mit einem gemeinsamen Firmenstand besucht. Am BMEL-Gemeinschaftsstand präsentieren bis zu 70 deutsche Unternehmen ihre angebotenen Nahrungs- und Genussmittel. Die Messe findet jedes Jahr in Dubai statt. Von überregionaler Bedeutung ist zudem die SIAL Middle East, welche als größte Veranstaltung der Gastgewerbebranche des Mittleren Ostens gilt. Hier stellen annähernd 1.000 Unternehmen aus, von denen knapp die Hälfte aus dem Ausland stammt. Die Besucherzahl beläuft sich etwa auf 16.500 Menschen. Eine bedeutende Branchenmesse in den VAE ist des Weiteren die im jährlichen Rhythmus stattfindende AgraME. Sie ist des Mittleren Ostens Leitmesse in den Bereichen Landwirtschaft, Aquakultur, Geflügel, Nutztiere und Veterinärdienstleistungen. Im Bereich der Getränkewirtschaft findet jährlich die Dubai Drink Technology Expo, eine Ausstellung mit den Schwerpunkten der Getränkeindustrie, bei der auch die Milchwirtschaft eine wichtige Rolle spielt.

Branchenmessen in Saudi-Arabien sind die "Foodex Saudi", die "Saudi Agro-Food Industries Trade Show" und die "Saudi Food, Hotel und Hospitality Arabia". Die internationale Foodex Saudi ist die führende Lebensmittelmesse im Königreich Saudi-Arabiens. Über 200 Aussteller aus 35 Ländern präsentierten 2015 ihre Produkte aus den Bereichen Molkereiprodukte, Fleisch und Geflügel, Getränke sowie Süß- und Backwaren für die rund 6.000 Besucher in Dschidda. Im Jemen finden keine relevanten Messen statt. Im Oman findet jährlich im September/Oktober die „Food & Hospitality Oman“ statt. Hier werden in der Regel rund 5.000 Gäste erwartet bei mehr als 100 Ausstellern. Deutsche Aussteller sind bislang keine nennenswerte Gruppe gewesen (ein deutscher Aussteller in 2015).

⁴¹ The Oxford Business Group (2015): The Report Oman 2014. books.google.de.

4 Aktuelle Versorgungslage und Chancen bei kurzfristig im Fokus stehenden Branchen

- Die untersuchten Märkte sind sehr dynamisch. Viele Milcherzeugnisse sind bislang auf dem Markt nicht bekannt, innovative Produkte haben aber viel Potenzial.
- Die Preissetzung in den Ländern ist streng durch die jeweiligen Regierungen kontrolliert. Daher haben heimische Produzenten oftmals Probleme, profitabel zu bleiben.
- Absatzkanäle von Milcherzeugnissen sind immer mehr durch westliche Handelsformate wie Supermärkte und Hypermärkte geprägt. Dadurch ergeben sich für ausländische Hersteller gute Absatzchancen.
- Im Jemen ist die Versorgungslage angespannt. Diese Beobachtung lässt sich auch auf die Nachfragestruktur übertragen, denn die Kaufkraft ist stark eingebrochen.

4.1 Situation und Entwicklung

Saudi-Arabien:

Der saudi-arabische Markt für Milcherzeugnisse ist primär geprägt durch Wachstum und Dynamik. Der Staat zählt als größter Milchproduzent in der arabischen Region, was sich nicht zuletzt in der relativ ausgeprägten Vielfältigkeit des Produktangebots niederschlägt. So ist die Produktion in fast allen Produktkategorien sehr fortschrittlich und findet auf einem hohen Effizienzniveau statt. Milch und Milchprodukte sind ein Grundnahrungsmittel, der Verbrauch erreicht jedoch nicht das europäische Niveau. Die Regierung versucht mit Kampagnenarbeit, unter Betonung des Gesundheitsaspekts von Milch- und Milchprodukten, den individuellen Konsum von Milch zu steigern. Dieses Vorhaben wurde im Laufe der letzten Jahre mit Erfolg gekrönt, denn der Verbrauch von Milchprodukten steigt rasant. Zwar hat sich auch die heimische Produktion parallel zur steigenden Nachfrage deutlich ausbauen können, jedoch bleibt die Produktion nach wie vor hinter der Nachfrage zurück. Die Selbstversorgungsrate Saudi-Arabiens beträgt etwa 60 %.

Das Wachstum ist auf die verschiedenen Produktkategorien unterschiedlich verteilt. Bei Frischmilch steigt die Nachfrage mit 11,62 % durchschnittlichem jährlichen Wachstum stärker als die Produktion mit 10,38 %. Der Konsum von Frischmilch entsprach 2015 mehr als 4 Mio. t, wohingegen die heimische Produktion nur auf etwa 2,7 Mio. t kam. Ähnlich gestaltet sich die Entwicklung von Joghurt (Labaney), welche sich auszeichnet durch immer größere Importmengen, da die Nachfrage mit jährlich durchschnittlich 12,25 % Wachstum deutlich prägnanter ist als das Produktionswachstum von 5,39 %. Dies entsprach in 2015 einem Verbrauch von 68,64 t Joghurt sowie einer Produktionsmenge von 48,4 t. Bei Butter ergibt sich ebenso ein stark durch Importe geprägtes Bild. Die heimische Produktion von

Butter hat sich als sehr kostenintensiv herausgestellt, weshalb derzeit (Stand 2015) etwa 96 % der konsumierten Butter aus dem Ausland importiert wurden. Die Nachfrage wächst um etwa 5 % jährlich. Die Angebots- und Nachfragestruktur bei Käse hat sich anders entwickelt: Hier geht der Konsum seit 2006 um durchschnittlich etwa 9 % jährlich zurück. Zeitgleich steigt die Käseproduktion jährlich um etwa 17 %.⁴²

Diese Nachfragestruktur lässt sich größtenteils durch Gesundheitsbedenken erklären. Käse wird als hochgradig verarbeitet und überdurchschnittlich fetthaltig wahrgenommen und deswegen weniger nachgefragt. Dahingegen wächst die Nachfrage nach frischer Trinkmilch, welche als nährstoffreich und aufgrund weniger Verarbeitungsschritte als „naturbelassen“ gilt. Dieses Argument lässt sich zudem auch auf Joghurt anwenden. Dieses Produkt genießt neben den gesundheitsfördernden Vorzügen auch den Vorteil, fester Bestandteil der traditionellen Ernährung in Saudi-Arabien zu sein. Daraus ergibt sich für das Jahr 2014 ein Verkauf von (verpackten) Milchprodukten im Wert von 5,05 Mrd. USD. Wie aus Tabelle 7 hervorgeht, entsprach das zwischen 2009 und 2014 einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 10,3 %. Marktexperten errechnen für den Zeitraum 2016 bis 2019 ein andauerndes jährliches Wachstum von 5,6 %. Demnach soll der mit Milcherzeugnissen erzielte Umsatz in Saudi-Arabien 2019 bei 6,58 Mrd. USD liegen.⁴³

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderung 2009 – 2014 in %
Umsatz in Mrd. USD	3,09	3,39	3,74	4,14	4,64	5,05	10,3 %

Tabelle 7: Umsatz mit verpackten Milchprodukten in Saudi-Arabien 2009 - 2014

Quelle: Agriculture and Agri-Food Canada.

Vereinigte Arabische Emirate:

Insgesamt werden in den VAE jährlich mehr als 220 Mio. l Milcherzeugnisse konsumiert. Obwohl die Milchwirtschaft sehr modern und leistungsstark ist, sinkt die Selbstversorgungsrate angesichts eines rasant ansteigenden Konsums von Milcherzeugnissen. Jährlich wächst der mit diesen Produkten erzielte Umsatz um teilweise mehr als 7 %. Die Konsumsteigerungen werden durch die Produktkategorie Joghurt und Dickmilchprodukte besonders angetrieben. Hierbei ist als Hauptprodukt der traditionsreiche Joghurtdrink Laban herauszustellen, welcher sich wachsender Beliebtheit erfreut aufgrund des kleinen

⁴² Mordor Intelligence (2015): Dairy Industry in Saudi-Arabia. de.slideshare.net.

⁴³ Agriculture and Agri-Food Canada (2015): Packaged Food Sakes in Saudi-Arabia. www.agr.gc.ca.

Laktosegehaltes und seines gesundheitsfördernden Images. Angaben der Alpen Capital zufolge betrug in 2012 die Selbstversorgungsrate 30,5 %. Von den zahlreichen importierten Milcherzeugnissen stammt ein Großteil aus Saudi-Arabien.⁴⁴

Der erzielte Umsatz in der Produktkategorie “Trinkmilch” belief sich in 2015 auf 400 Mio. USD und das entsprechende durchschnittliche jährliche Wachstum zwischen 2010 und 2015 betrug 4,09 %. In der Kategorie Joghurt und Dickmilchprodukte wurden mit 8,72 % durchschnittlichem jährlichen Wachstum zwischen 2010 und 2015 die größten Umsatzsteigerungen verzeichnet. So wurden zuletzt in 2015 knapp 340 Mio. USD in dieser Kategorie umgesetzt (vgl. Tabelle 8). Die entsprechende Menge betrug 204.610 t. Negativ gestaltete sich der mit Milchpulver erzielte Umsatz, welcher jährliche durchschnittliche Rückgänge von 5,76 % konstatierte. Bei Käse hingegen konnte im selben Zeitraum ein Umsatzausbau von jährlich etwa 8 % erzielt werden, sodass 2015 Käse im Wert von 276 Mio. USD verkauft wurde. Schließlich belief sich in dem Jahr der Umsatz von Kondensmilch, Quark, Kaffeeweißer, Sahne und Milchdesserts auf rund 200 Mio. USD. Für Milcherzeugnisse insgesamt prognostizieren Experten bis 2020 ein jährliches Umsatzwachstum von 4,1 %. Insgesamt entspricht das bis 2020 einem Volumenwachstum um 31 % bei frischer Trinkmilch, 40,9 % bei Joghurt und Dickmilchprodukten und 30 % bei Käse. Der Absatzmarkt ist stark und ein prognostiziertes Wachstum macht ihn für ausländische Hersteller attraktiv, die ein Defizit zwischen Eigenproduktion und Nachfrage versuchen auszugleichen.⁴⁵

Produktgruppe	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Trinkmilch- produkte	327.531	338.851	352.057	370.714	386.446	400.150
Joghurt/ Dickmilch	223.453	241.702	262.958	287.437	310.267	339.417
Käse	195.354	208.540	224.071	239.336	257.105	276.405

⁴⁴ Alpen Capital (2015): GCC Food Industry. www.alpencapital.com.

⁴⁵ Agriculture and Agri-Food Canada (2016): Packaged Food in the United Arab Emirates. www.agr.gc.ca.

Andere	145.430	154.646	163.594	174.855	187.727	199.948
Gesamt	891.768	943.739	1,004.692	1.07 Mio.	1,14 Mio.	1,22 Mio.

Tabelle 8: Umsatz mit Milchprodukten nach Unterkategorie in USD 2010 – 2015

Quelle: Agriculture and Agri-Food Canada.

Jemen:

Milch zählt im Jemen zu den Grundnahrungsmitteln und ist zusätzlich eines der wichtigsten landwirtschaftlichen Erzeugnisse. Die Kleinbauern sind auf die Produktion von Milcherzeugnissen hochgradig angewiesen, denn sie stellen ein wertvolles Tauschgut dar. Besonders wird im Jemen Frischmilch konsumiert, aber auch Ghee und Käsesorten aus traditioneller Herstellung werden viel nachgefragt. Grundsätzlich deckt die heimische Produktion die Nachfrage bei Weitem nicht. Zuletzt betrug die Selbstversorgungsrate im Jemen 57 % (Stand 2013). Dies entspricht für die Jahre 2008 bis 2013 einem jährlichen durchschnittlichen Wachstum von 1,2 %. Dennoch war die Selbstversorgungsrate Mitte der 90er Jahre noch höher und belief sich 1996 auf 61 %. Jemens Selbstversorgungsrate von 1996 bis 2013 ist in Abbildung 2 veranschaulicht.⁴⁶

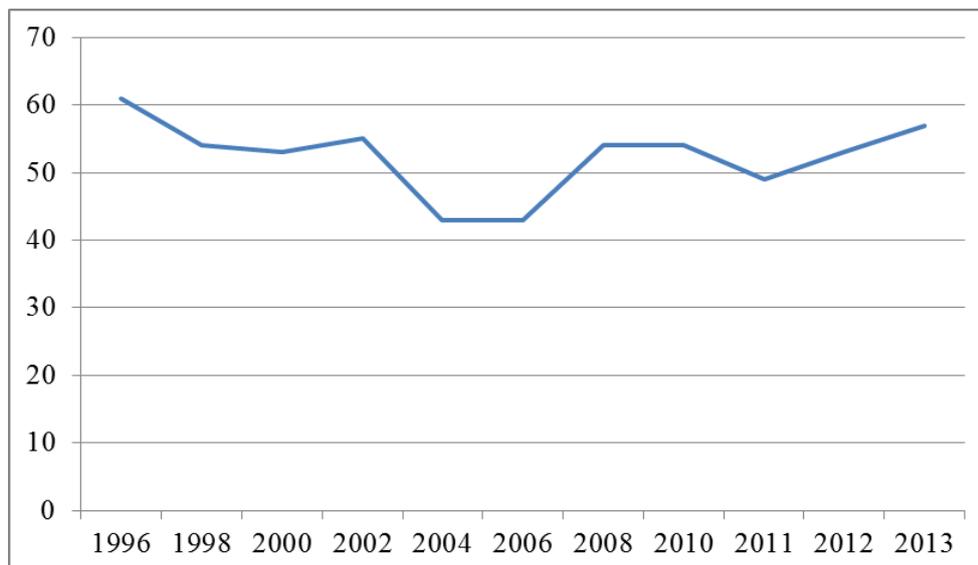


Abbildung 2: Jemens Selbstversorgungsrate 1996 - 2013

Quelle: Eigene Abbildung nach IFCN.

⁴⁶ IFCN (2015): IFCN Dairy Report 2014 – Yemen.

Im Jahr 2013 konsumierte die gesamte jemenitische Bevölkerung insgesamt 0,69 Mio. t Milchäquivalent (ME).⁴⁷ Wie aus Tabelle 9 hervorgeht, ist dies etwas weniger als in den Vorjahren 2012 (0,72 Mio. t) und 2011 (0,73 Mio. t), dafür aber deutlich mehr als noch vor knapp 10 Jahren in 2002 (0,48 Mio. t). Der Pro-Kopf-Verbrauch belief sich dementsprechend auf 26 kg ME für das Jahr 2013. Dass der Gesamtverbrauch und der Pro-Kopf-Verbrauch nicht parallel zueinander wachsen, ist auf die rasant wachsende Bevölkerungsgröße des Jemen zurückzuführen. Im Vergleich zu Deutschland ist der Konsum sehr niedrig: Der Pro-Kopf-Verbrauch in ME in Deutschland lag für das Jahr 2013 bei etwa 350 kg.

	2002	2004	2006	2008	2010	2011	2012	2013
Landesverbrauch in Mio. t	0,48	0,5	0,72	0,77	0,64	0,73	0,72	0,69
Pro-Kopf-Verbrauch in kg	26	35	35	25	26	29	28	26

Tabelle 9: Milchverbrauch im Jemen in ME 2002-2013

Quelle: IFCN.

Da die Nachfrage nach Milchprodukten deutlich höher ist als die Produktion, sind Milchprodukte im Jemen sehr teuer. Besonders beliebt ist Ghee, eine Art Butterschmalz mit hohem Fettanteil. Genau aus diesem Grund wird Ghee viel nachgefragt, denn die heimische Milch enthält natürlicherweise lediglich einen Fettanteil von durchschnittlich 3,3 %.⁴⁸

Die drei großen Milchfarmen produzieren und verarbeiten ihre Produkte selbst. Im Jemen gibt es keine Molkereibetriebe. Die großen Milchfarmen produzieren hauptsächlich Frischmilch (55 %) und wenig Käse (25 %) sowie Butter bzw. Ghee (20 %).⁴⁹ In der Kleinbauernwirtschaft wird abgesehen von Frischmilch ebenso hauptsächlich Käse und Ghee hergestellt. Neben der Kuhmilchproduktion ist auch die Produktion von Ziegen-, Schafs- und Kamelmilch bedeutungsvoll. Aus diesen Milchsorten werden traditionelle Käsesorten hergestellt. Vor dem Ausbruch des Krieges hatte die Regierung Pläne zur Errichtung von Kamelmilchfarmen veröffentlicht, welche zu Formalisierung und Wachstum der Milchwirtschaft maßgeblich beitragen sollten. Diesen Plänen wird derzeit nicht nachgegangen.⁵⁰ Die gesamte Landwirtschaft, und damit auch die Milchwirtschaft, leiden sehr unter der aktuellen politischen Lage. Einerseits hat der Staat keine Ressourcen, um die Milchwirtschaft in irgendeiner Art zu fördern oder zu subventionieren. Dementsprechend

⁴⁷ Alle Molkereiprodukte lassen sich auf die Milchmenge zurückrechnen, die benötigt wird, um das Produkt herzustellen. Für einen Kilogramm Gouda-Käse braucht man ungefähr zehn Liter Milch. Ein Kilogramm Gouda-Käse steht also für zehn Milchäquivalente.

⁴⁸ Abdulkarim Amad (2016): Interview vom 14.10.2016.

⁴⁹ IFCN (2015): IFCN Dairy Report 2014 – Yemen.

⁵⁰ Ministry of Agriculture and Irrigation (2012): National Agricultural Sector Strategy 2012-2016. www.ye.undp.org.

kann die Milchwirtschaft nicht genug wachsen, um die Nachfrage zu decken. Andererseits fehlt es auch der Bevölkerung an finanziellen Mitteln zum Erwerb der teurer werdenden Milchprodukte.

Oman:

Die Selbstversorgungsrate des Omans im Bereich der Milcherzeugnisse belief sich Angaben der Alpen Capital nach zuletzt in 2012 auf lediglich 12,6 %.⁵¹ 2013 wurde eine Menge von 178.540 t Frischmilch produziert. Dies ist Ausdruck eines Wachstums um 2,39 % von 2010 bis 2013. Die Produktion des Landes wächst also stark. Zeitgleich wächst die Nachfrage noch stärker. Derzeit (Stand 2016) werden täglich 1,5 Mio. l Milcherzeugnisse konsumiert, was einem jährlichen Konsum von ungefähr 559 Mio. t Milchprodukten entspricht (1 l Milch ist laut Umrechnungsfaktor in Deutschland umgerechnet 1,02 kg Milch). Grundsätzlich ist die Milchwirtschaft geprägt durch steigende Konsumzahlen, unterstützt durch steigende Pro-Kopf-Einkommen und es findet eine stärkere Fokussierung auf eine gesunde Ernährung statt. Zeitgleich ist aber die Eigenproduktion sehr niedrig, was vielfach durch hohe Tiersterblichkeitsraten, hohe Verpackungskosten und kostenintensive Arbeitskräfte bedingt ist.⁵² Geographisch lässt sich die Milchproduktion im Land vor allem in den Governoraten Sohar, im Norden des Landes, und Salalah im Süden nahe der Grenze zum Jemen, verorten.

Eine Steigerung der Eigenproduktion und damit einhergehend eine Senkung der Importabhängigkeit ist durch große Investitionen in millionenschwere Projekte angestoßen worden. In Kapitel 2.2 wurde das Hauptprojekt zur Umsetzung dieses Ziels bereits angesprochen: Die Mazoon Dairy Company, eine Tochtergesellschaft der Oman Food Investment Company, hat in 2015 mit dem Bau einer hochmodernen Milchfarm im Al Buraimi Governorate im Wert von schätzungsweise 260 Mio. USD gestartet. Die Milchfarm soll 2017 mit 4.000 Milchkühen die geschäftlichen Aktivitäten aufnehmen und bis 2026 ihre Herde auf 25.000 Milchkühe ausweiten. In 2026 soll die Milchproduktion sich auf 202 Mio. l belaufen.⁵³

4.2 Sanitäre Bedingungen/Zertifikate

Dieses Unterkapitel versteht sich als Ergänzung zu den Informationen in Kapitel 3 zu für den Import von Milcherzeugnissen notwendigen Zertifikaten.

⁵¹ Alpen Capital (2015): GCC Food Industry. www.alpencapital.com.

⁵² Mordor Intelligence (2016): Dairy Products in Oman: Analysis of Dairy and other related products 2016 – 2021. www.mordorintelligence.com.

⁵³ BQ magazine (2016): The dairy food market is set to grow by 8,39 percent. <http://www.bq-magazine.com/industries/2016/02/the-dairy-food-market>.

Saudi-Arabien:

Die saudi-arabische Organisation für Standardisierung (SASO) untersteht dem Ministerium für Wirtschaft und Industrie und ist in Saudi-Arabien für die Erstellung und Implementierung von Normen zuständig. Weitestgehend entsprechen die Normen den international üblichen ISO-Standards. Für alle Waren, die durch SASO-Standards nicht abgedeckt werden, gelten GCC-Standards. Diese werden von der GSO (GCC Standardization Organization) entwickelt, welche aus den jeweiligen nationalen Standardisierungsorganisationen besteht. Aufgabe der GSO ist es, für die Mitgliedstaaten des GCC gemeinsame Standards und technische Normen einzuführen.⁵⁴ Im Bereich Lebensmittel sind die Normen der SASO an die Entscheidungen der Saudi Food and Drug Authority (SFDA) geknüpft. Die SFDA ist als saudi-arabische Behörde für die Einhaltung von Gesetzen sowie die Inspektionen der heimischen sowie eingeführten Lebensmittel zuständig. Die SFDA überprüft, ob eingeführte Lebensmittel mit den Normen der SASO und der GSO übereinstimmen.⁵⁵

Analysten zufolge ist die Milch in Saudi-Arabien im regionalen Vergleich die Hochwertigste. Sie führen dies auf die hohen industriellen Standards zurück. Im Laufe der letzten Jahre hat sich hier viel getan: Es wurden große Summen in die Technologisierung der kompletten Wertschöpfungskette investiert. Dies bezieht sich in besonderem Maße auf die Produktionsanlagen, die Verpackungsanlagen und die Distributionskanäle (Infrastruktur). Ein Großteil dieser Investitionen ist durch die saudi-arabische Regierung erfolgt. Dadurch, dass die eigene Milch solch hohen Kriterien an die sanitären Bedingungen entspricht, sind auch die Ansprüche an ausländische Milcherzeugnisse recht hoch.⁵⁶ Zu Anfang 2017 veröffentlicht der GCC neue Lebensmittelstandards, die u. a. auch auf aromatisierte Milch und Magermilch anzuwenden sind. Hierdurch soll eine erhöhte Lebensmittelsicherheit im GCC-Raum versichert werden.⁵⁷

Vereinigte Arabische Emirate:

Seit einigen Jahren versucht die Regierung in Dubai ein sehr hohes Hygieneniveau im Umgang mit Lebensmitteln zu etablieren. Ein Teil dieser Maßnahme beinhaltet die Verabschiedung eines Food Code im Jahr 2010 zur Einhaltung der lebensmittelrechtlichen Bestimmungen und zur Erreichung eines höheren Standards der Lebensmittelsicherheit. Gültig ist dieser für alle Personen und Geschäfte, die Lebensmittel importieren, verkaufen oder mit ihnen handeln. Das Regelwerk dient auch zur besseren Kontrolle der Einhaltung der Lebensmittelhygiene durch die Behörden.⁵⁸ Sowohl der Veterinärservice als auch das Food Control Department der Dubai Municipality verfügen über ein risikobasiertes

⁵⁴ GTaI (2015): Merkblatt über gewerbliche Wareneinführen Saudi-Arabien.

⁵⁵ SFDA (2016): Food. www.sfda.gov.sa.

⁵⁶ Mordor Intelligence (2015): Dairy Industry in Saudi Arabia. [de.slideshare.net](https://www.slideshare.net).

⁵⁷ GTaI (2016): News Recht & Zoll. www.gtai.de

⁵⁸ Dubai Municipality (2010): Food Code. <https://www.dm.gov.ae>

Inspektionsprogramm. Die hierin vorgesehene Mindestkontrollanzahl umfasste Produktproben und Abstriche von Maschinen und wurde nach einem Bericht des Food and Veterinary Office der europäischen Kommission aus dem Jahr 2011 häufig überschritten.⁵⁹ Für die Einfuhr von Lebensmitteln nach Abu Dhabi gelten zusätzliche Bestimmungen. Die zuständige Behörde des Emirates stuft Milchprodukte als Risikoprodukte ein und legt damit die Häufigkeit der Lebensmittelkontrollen sowie deren Verfahren fest. Hiernach sollen zwischen 80 und 100 % der Milchprodukte mit einer Frachtuntersuchung, Gesundheitszeugnissen und abschließender Laboruntersuchung abgesichert werden.⁶⁰ Ähnlich wie im Nachbarland Saudi-Arabien sind auch in den VAE die sanitären Bedingungen durch eine fortschreitende Technologisierung der Produktion und Weiterverarbeitung in den größeren Milchfarmen professionalisiert worden. Mit der Auszeichnung des International Leadership Award for Food Protection im August 2016 wurde das Engagement der emiratischen Behörden der Lebensmittelsicherheit auch international honoriert.⁶¹

Jemen:

In Hinblick auf die sanitären Bedingungen agiert einerseits der Staat als Anteilseigner einiger Großbetriebe sowie als Überwachungsinstanz der Landwirtschaftsverbände und Genossenschaften eine Schlüsselrolle. Andererseits werden wesentliche Aufgaben und Pflichten nicht von staatlichen Organisationen oder Behörden übernommen, wodurch vielfach keine ausreichenden Kontrollen und Zertifizierungen der landwirtschaftlichen Erzeugnisse stattfinden. Der wesentliche Grund hierfür ist die schwerwiegende Unterfinanzierung der Behörden. Das Landwirtschaftsministerium erhält zur Durchführung der Arbeiten lediglich einen Anteil von 1 % des Staatshaushalts. Dies ist nicht nur angesichts der originären Aufgaben der Institution zu gering, sondern auch im Hinblick auf den Stellenwert der Landwirtschaft im Land. Schon im vergangenen Strategieplan 2012 – 2016 wurde eine Verbesserung der veterinären Bedingungen sowie der Lebensmittelsicherheit gefordert, angesichts der Krisen jedoch nur bruchstückhaft umgesetzt.⁶²

Oman:

Seit 2004 werden Normen und Standards der GCC auf Einfuhren von Lebensmitteln angewendet. Sowohl das Directorate General of Animal Wealth (DGAW) als auch das Directorate General of Agricultural Development (DGAD) unterstehen dem Landwirtschaftsministerium und sind die einschlägigen Behörden für Einfuhrkontrollen und Zertifizierungen. Der erste Import erfordert eine Prüfung durch die Behörden, bevor ein Vertrieb in das Land möglich ist. Die Ergebnisse werden anhand der GCC-Standards bewertet, um sicherzustellen, dass importierte Lebensmittel für den menschlichen Verzehr

⁵⁹ European Commission. Health and Consumer Directorate-General (2011): Final Report of an Audit in the UAE. www.bezpecnostpotravin.cz/

⁶⁰ Abu Dhabi Food Control Authority (2008): risk-based approach for the control of imported foods. www.adfca.ae/English/

⁶¹ UAEinteract (2016): Dubai Municipality wins international leadership award for food protection 2016. www.uaeinteract.com/

⁶² Ministry of Agriculture and Irrigation (2012): National Agricultural Sector Strategy 2012-2016. www.ye.undp.org.

geeignet sind. Ungeeignete Lebensmittel werden am Eingangshafen abgelehnt. Sie werden entweder zerstört oder in das Ursprungsland zurückgeführt. Die Lebensmitteleinfuhr tierischen Ursprungs, einschließlich Milcherzeugnisse, wird von der DGAW auf sanitäre Bedingungen und Verunreinigungen geprüft unter Vorlage einer Bescheinigung, die Freiheit von Strahlung und Dioxin erklärt.⁶³ Mit einem Investitionsprogramm von rund 270 Mio. omanischen Rial fördert die staatseigene OFIC derzeit vier Produktionsbetriebe im Land. Wichtigstes Ziel ist dabei die Lebensmittelsicherheit zu erhöhen und neueste Technologien anzuwenden.⁶⁴ Hierbei greift die OFIC auf europäische Standards zurück. So werden neben umweltfreundlichen Kältemaschinen und Entsorgungssystemen auch Abfüllanlagen nach europäischen Standards installiert.⁶⁵

4.3 Produkt- und Markenpolitik

Grundsätzlich genießen Milcherzeugnisse mit Ursprung aus der EU einen guten Ruf in Saudi-Arabien, den VAE, Jemen und Oman. Deutsche Milchprodukte sind in den Regalen der hiesigen Supermärkte bislang wenig prominent, sie haben aber ein vielversprechendes Potenzial, als hochwertig angesehen zu werden.

Saudi-Arabien:

Die verarbeitende Milchindustrie in Saudi-Arabien ist stark dominiert von einer kleinen Anzahl großer Unternehmen. Der Markt wird zu knapp 40 % von den drei größten Unternehmen beherrscht. Hierbei entfällt der größte Marktanteil mit knapp 14 % auf den Hersteller Danone. Weiterhin sind die saudi-arabische Firma Almarai und die ebenfalls saudi-arabische National Agricultural Development Company (NADEC) mit jeweils knapp 12,5 % Marktanteil bedeutend. Auf staatlicher Seite ist die National Agriculture Company zu nennen. Sie ist 1981 durch ein königliches Dekret entstanden und befindet sich zu 20 % im Besitz des Landwirtschaftsministeriums. Die National Agriculture Company betreibt derzeit sechs Milchbetriebe mit insgesamt etwa 60.000 Milchkühen. Die tägliche Produktionsmenge beläuft sich auf etwa 1,5 Mio.l Milch. Weitere auf dem saudi-arabischen Markt tätigen Betriebe umfassen SADAFCO (Saudi Dairy & Foodstuff Company), Al Rabie Saudi food, United National Dairy Company, die Savola Group, Basamh Trading Company und die National Food Industries Company. SADAFCO ist ein börsennotiertes Unternehmen, welches in den Bereichen Trinkmilch, Tomatenpaste und Eiscreme Marktführer ist. Zudem produziert das Unternehmen auch Käse, Humus und Snacks. Das Unternehmen Al Rabie Saudi food wurde 1980 als Saudi Irish Dairy gegründet. Es produziert Milch, Eiscreme, Säfte, verschiedene Saucen, abgepackte Bohnen und Gemüse.⁶⁶ Diese Großbetriebe vermarkten

⁶³ World Trade Organization (2014): trade Policy Review: Oman. www.wto.org/

⁶⁴ Oman Daily Observer (2016): Oman moves towards milk, meat security. www.omanobserver.om

⁶⁵ Food Navigator (2016): Oman expands food production. www.foodnavigator.com/

⁶⁶ BMEL (2014): Der Markt für Lebensmittel in Saudi-Arabien. www.agrarentwicklung.de.

zusammen annähernd 100 % der Frischmilch, 90 % des Labans und etwa 94 % des Joghurts. Von der in Saudi-Arabien produzierten Milch wird ein sehr hoher Anteil von 95 % in den Produktionsstätten der oben genannten Molkereibetriebe weiterverarbeitet oder veredelt. Damit ist der nicht regulierte Markt für Milcherzeugnisse vergleichsweise klein.⁶⁷

Die Nachfrage nach Milcherzeugnissen wird offiziellen Prognosen nach in Zukunft weiter zunehmen. Lokale und internationale Unternehmen zeigen daher verstärktes Interesse, in den saudi-arabischen Markt einzutreten bzw. zu expandieren. So hat beispielsweise das österreichische Unternehmen Tatura Milk Industries vor kurzem mehrere Handelsverträge mit saudi-arabischen Nahrungsmittelvertriebern abgeschlossen.

Zudem haben die Molkereibetriebe einen Trend hin zu Frischmilch und weg von Milchpulver wahrgenommen. Während es bis Anfang der 2000er Jahre noch viele Molkereibetriebe gab, die allerlei Milcherzeugnisse ausschließlich aus importiertem Milchpulver hergestellt haben, haben mittlerweile deutlich mehr Molkereibetriebe auf die Verarbeitung von Frischmilch umgeschwenkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich in der Bevölkerung ein Bewusstsein für die höhere Qualität von pasteurisierter Frischmilch im Vergleich zu Milchpulver verbreitet. Aus dieser Entwicklung heraus haben viele der Molkereibetriebe eigene Milchfarmen eröffnet und sind auf diese Weise unabhängiger von Schwankungen im Ab-Hof-Milchpreis.⁶⁸

Vereinigte Arabische Emirate:

Die Produkt- und Markenpolitik in den VAE hat sich im Laufe der letzten Jahre stark diversifiziert, was größtenteils auf die rapide Expansion der Milchindustrie zurückzuführen ist. So stellen Marktexperten der SGE fest, dass die großen Molkereibetriebe in den VAE zuletzt große Investitionssummen in ihr Wachstum gesteckt haben. Dies lässt sich mit Blick auf die rasant steigende Nachfrage nachvollziehen. 80 % der Umsätze mit Milcherzeugnissen werden in den Produktkategorien Frischmilch (geschmacksneutral), Laban, Joghurt und Käse generiert. Besonders Frischmilch wird als gesundheitsfördernd wahrgenommen und immer mehr konsumiert. Das traditionsreiche Produkt Laban (eine Art Buttermilch) ist fest in den Essensgewohnheiten der Bevölkerung verankert und wird insbesondere wegen des niedrigen Laktoseanteils viel nachgefragt.⁶⁹

Die wichtigsten Molkereibetriebe in den VAE sind Almarai Co. Ltd., Al Ain Dairy Co., Al Rawabi Dairy Co., National Food Products LLC, Al Safi Danone Ltd. und Arla Foods Amba. Abbildungen 3,4 und 5 zeigen die jeweiligen Anteile der wichtigsten Molkereibetriebe am

⁶⁷ Alqaisi et al. (2010): Current situation and the development of the dairy industry in Jordan, Saudi-Arabia, and Syria. www.link.springer.com.

⁶⁸ Al.Otaibi/ Robinson (2002): The Dairy Industry in Saudi-Arabia: Current situation and future prospects. International Journal of Dairy Technology.

⁶⁹ Switzerland Global Enterprise (2014): The UAE Food Market. www.s-ge.com.

Verkauf von Milcherzeugnissen in den VAE. In allen Produktkategorien ist die saudi-arabische Almarai Co. Ltd. mit großen Anteilen vertreten. Bei Joghurt und Dickmilchprodukten führt sie die Liste der wichtigsten Anbieter mit einem Marktanteil von 23 % an, ebenso im Bereich Käse mit 14 % Marktanteil. Weiterhin entfällt bei Trinkmilch ein Anteil von 18,3 % auf Produkte von Almarai Co. Ltd.⁷⁰

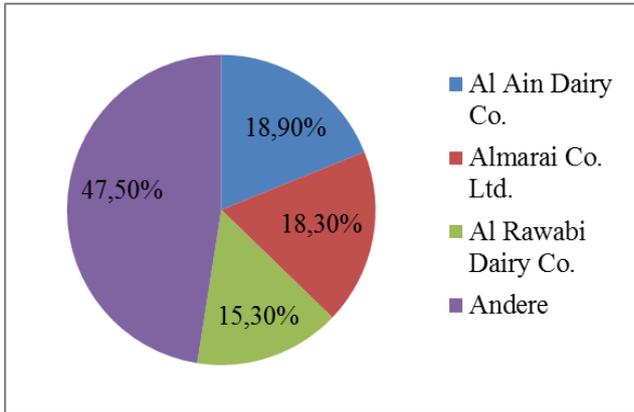


Abbildung 3: Anteile der Molkereibetriebe am Verkauf von Frischmilch VAE 2015

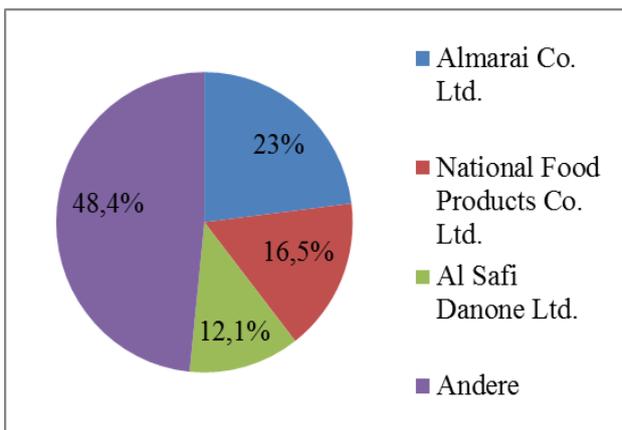


Abbildung 4: Anteile der Molkereibetriebe am Verkauf von Joghurt und Dickmilchprodukte VAE 2015

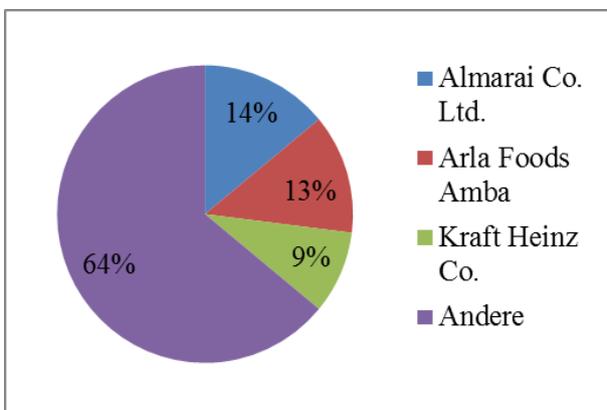


Abbildung 5: Anteile der Molkereibetriebe am Verkauf von Käse VAE 2015

Quelle: Agriculture and Agri-Food Canada.

⁷⁰ Agriculture and Agri-Food Canada (2016): Packaged Food in the United Arab Emirates. www.agr.gc.ca.

Des Weiteren identifizieren Marktexperten ein zunehmendes Potenzial für die Vermarktung von Kamelmilchprodukten. Ein relevanter Akteur ist der in Dubai ansässige Hersteller Emirates Industry for Camel Milk & Products (EICMP). Die Holding vermarktet die Produkte unter den Markennamen Camelicious, The Majlis Dubai und Al Nassma Chocolates. Die Produkte werden hergestellt in dem ersten vollintegrierten Produktionsbetrieb für Kamelmilch, in welchem insgesamt 3.000 Kamele täglich ca. 5.000 l Milch produzieren.⁷¹

Jemen:

Milch und Milchprodukte werden im Jemen von den Milchproduzenten verarbeitet und vertrieben. Eine Struktur mit Molkereibetrieben und einer separaten Verarbeitungsindustrie existiert nicht. Hierbei spielen einerseits die großen Milchfarmen eine Rolle. Zum jetzigen Zeitpunkt gibt es zwei große staatliche Milchfarmen, die im Dhamar Governorate anzufinden sind. Sie heißen Risabah Dairy Product Farm und Kurab Dairy Farm.⁷² Es gibt zudem eine große private Milchfarm, die dem Unternehmen Yemany angehört. Die Farm liegt im Hodeida Governorate und ist Teil der großen Thabet Group.⁷³ Yemany vermarktet primär H-Milch überall im Jemen. Abdulkarim Amad gab an, Yemany sei womöglich der wichtigste Akteur in der flächendeckenden Milchversorgung im Land.⁷⁴

Es gibt ein weiteres Unternehmen im Taiz Governorate, welches unter dem Namen Nadfood (National Dairy & Food Company) tätig ist. Das Unternehmen ist teilweise in der Verarbeitung von Frischmilch aktiv, primär liegt das Aufgabengebiet aber in der Aufbereitung, Verpackung und Vermarktung von H-Milch und Milchpulver. Die bekanntesten Marken von Nadfood sind ALHANA (für H-Milch) und ALMOMTAZ (für Milchpulver). Abbildung 6 zeigt alle Marken, unter denen die Produkte vermarktet werden.

⁷¹ Emirates Industry for Camel Milk & Products (2016): EICMP. www.camelicious.ae.

⁷² Risabah Dairy Product Farm (2016): Facebook Seite. www.facebook.com.

⁷³ Yemany (2016): Yemen Dairy & Food Products Ind. www.yemany.com.

⁷⁴ Abdulkarim Amad (2016): Interview vom 14.10.2016.



Abbildung 6: Marken des Unternehmens Nadfood

Quelle: Nadfood.

Ein weiterer relevanter Zweig der jemenitischen Milchwirtschaft betrifft die Vermarktung bestimmter Milcherzeugnisse durch namhafte, global tätige Akteure. Diese Art der Vermarktung betrifft hauptsächlich Milchpulver. Daraus ergibt sich, dass die jemenitische Bevölkerung internationale Molkereibetriebe schnell mit Milchpulver in Verbindung bringt. Das am besten bekannte Milchpulver wird von Nestlé unter dem Markennamen Nido vertrieben. Weiterhin von hohem Bekanntheitsgrad sind die Marken DANO von Arla, KLIM von Nestlé und Anchor von Anchor New Zealand.⁷⁵

Die Marke Wiam aus der jemenitischen Handelsfirma Marwan Ahmed Hael Saeed Trading Company Ltd. zählt als weiterer bedeutungsvoller Akteur in der Vermarktungslandschaft von Milcherzeugnissen. Unter diesem Markennamen werden einerseits Milchpulver und andererseits Kondensmilch vertrieben. Die Produkte werden in Neuseeland hergestellt und verpackt und durch die Marwan Trading Company nach Jemen eingeführt und vor Ort vermarktet.⁷⁶

Oman:

Die Vermarktung von Milcherzeugnissen wird im Oman primär durch zwei große Akteure betrieben. Einerseits ist auch auf dem omanischen Markt der saudi-arabische Hersteller Almarai ein Schlüsselbetrieb. Andererseits nimmt der heimische Hersteller DHORFA Cattle

⁷⁵ Nestlé (2016): Nestlé in the Middle East. www.nestle-me.com;

Arla (2016): Arla Dano. www.arla.com;

Nestlé (2016): Nestlé KLIM. www.nestle-family.com;

Anchor (2016): Anchor's Milk Powder. www.anchor.co.nz;

⁷⁶ Wiam (2016): Wiam Dairy. wiamdairy.com.

Marwan Trading (2016): Wiam Instant Full Cream Milk. marwantrading.com.

Feed mit der Marke A'SAFWAH eine Kernfunktion ein. Weitere saudi-arabische Hersteller, wie beispielsweise Al Safi-Danone und Nadec, haben in den letzten Jahren an Bedeutung für die Produkt- und Markenpolitik verloren. Viele saudi-arabische Betriebe haben den Markteintritt versucht und sind an sehr hohen Fixkosten, operationalen Hürden und einer strengen Preispolitik im Bereich der Lebensmittel letztlich gescheitert. Währenddessen hat sich Almarai zum Marktführer in fast allen Produktkategorien von Milcherzeugnissen entwickelt. Der Betrieb hat sein Distributionsnetzwerk um zahlreiche Verkaufsstützpunkte erweitert und ist flächendeckend im Oman vertreten. Auch der emiratische Hersteller Al Rawabi vermarktet im Oman seine Produkte. Grundsätzlich wird die zunehmende Ausbreitung moderner Retail-Formate als Vorteil insbesondere für ausländische Anbieter gewertet. Die Supermarktketten sind offen für ausländische Produkte, insbesondere weil sie über die notwendige Infrastruktur zum Importieren verfügen und vielfach im Ausland günstiger als im Oman produziert werden kann.

4.4 Preispolitik und Zielgruppen

Saudi-Arabien:

Charakteristisch für alle GCC-Mitgliedstaaten ist eine unflexible durch den Staat vorgegebene Preispolitik. Die Preise für Milchprodukte orientieren sich demnach nicht an Angebot und Nachfrage. Die Endverbraucher haben bislang von dieser Struktur profitiert, da zusätzlich immer wieder neue Akteure auf dem Markt erscheinen, die durch Rabattaktionen und Promotionen ihre Produkte auf dem Markt zu etablieren versuchen. Der sich in Saudi-Arabien herausbildende „Preiskampf“ wird weiterhin durch den Lebensmitteleinzelhandel angetrieben. Ziel der Lebensmitteleinzelhandelsketten ist es, jeweils ihre Marktanteile zu maximieren und mit ihrem Sortiment möglichst vielfältige und umfangreiche Kundengruppen anzusprechen. Lebensmittelimporteure sind stetig auf der Suche nach neuen Produkten für ihre Kunden, und fordern hierfür häufig Unterstützung von Herstellern für ihre Rabattaktionen und Werbung. Als Konsequenz des guten Angebots sind viele Konsumenten wählerisch und vergleichen die angebotenen Produkte detailliert, um den besten Preis sicherzustellen. Rabattaktionen, Werbung und Promotion werden als notwendig erachtet, um die Konsumenten für das eigene Produkt zu gewinnen.⁷⁷

Vereinigte Arabische Emirate:

In den VAE werden die Preise für einen Großteil der Milchprodukte streng durch die Regierung überwacht. In der Konsequenz sind Preisanstiege für den Endverbraucher quasi unmöglich. Dies hat sich in den letzten Jahren speziell auf die heimischen Produzenten negativ ausgewirkt, die unter großem Druck litten, denn ihre Profitspannen verringerten sich

⁷⁷ Business Wire (2016): Saudi Arabia Food Retail Market 2016-2020. www.businesswire.com.

zunehmend. Ein Wesensmerkmal der Milchproduktion in den VAE ist der hohe operative Kostenfaktor aufgrund unvorteilhafter klimatischer Bedingungen. Ein Molkereibetrieb muss die geplanten Endpreise vorab mit dem „Higher Committee for Consumer Protection“ absprechen. Selbiges gilt für geplante Preiserhöhungen. In diesem Fall muss ein Unternehmen Unterlagen vorlegen, welche die Gründe für die Preiserhöhungen offenlegen. Das Committee hat in der Folge die Wahlfreiheit, die vorgelegten Argumente zu akzeptieren oder die Bitte zur Preiserhöhung abzulehnen. Das Committee ist ein Organ des Ministeriums für Wirtschaft der VAE.⁷⁸

Jemen:

Laut Aussage des Universitätsprofessors Abdulkarim Amad betreibt die Regierung keine spezifische Preispolitik. Derzeit sei die politische Lage derart angespannt, dass die Festlegung von Preisen für jegliche Lebensmittel keine Priorität sei. Erschwerend kommt hinzu, dass der Staat in der jetzigen Lage keine finanziellen Mittel für die Subventionierung von Milchprodukten aufbringen kann. So wurden die staatlichen Milchfarmen geschlossen, über die der Staat vor der Krise Einfluss auf die Preissetzung von Milcherzeugnissen ausüben konnte. Dementsprechend hat sich der informelle Markt für Milcherzeugnisse ausgeweitet. Dieser ist nicht reguliert und die Regierung hat keinerlei Kontrolle über die hier verlangten Preise. Jene Milchprodukte, die über offizielle Kanäle wie etwa Supermärkte vertrieben werden, sind hochpreisig und für einen Großteil der jemenitischen Bevölkerung nicht zu finanzieren. Dennoch hat die breite Bevölkerung Jemens Zugang zu Milcherzeugnissen über informelle Kanäle.

Ein beliebtes Produkt in den Städten ist Milchpulver. Hier belaufen sich die Kosten für etwa 2 kg Milchpulver auf umgerechnet zwischen fünf und sechs Euro. Der Wert für 1 kg Ghee beträgt ca. sechs Euro. Mit Stand 2014 wird ein Liter Frischmilch von den Milchfarmen für 284 YER (entspricht etwa 1,07 Euro) vermarktet. Damit sind Milchprodukte sehr teuer. Der Ab-Hof-Milchpreis ist seit 2006 sehr stark gestiegen. In 2006 belief sich der Ab-Hof-Milchpreis noch auf etwas mehr als 10.0000 YER pro 100 kg Milch und stieg kontinuierlich an, bis er sich schließlich in 2014 bei knapp 30.000 YER pro 100 kg Milch befand. Der vom IFCN erhobene Weltmarktpreis-Indikator für Milch ist zwischen 2006 und 2014 immer unter dem Preis im Jemen gewesen. Er pendelt sich bei durchschnittlich 10.000 YER pro 100 kg Milch ein. Besonders seit 2009 wird der Unterschied zwischen dem weltweiten Ab-Hof-Milchpreis und dem Ab-Hof-Milchpreis im Jemen immer drastischer.⁷⁹

⁷⁸ The Dairy Site (2014): UAE Ministry of Economy fines dairy firm for price rise. www.thedairysite.com.

⁷⁹ IFCN (2015): IFCN Dairy Report 2014 – Yemen.

Oman:

Generell sind die Kosten für Lebensmittel und Getränke im Oman deutlich geringer als in vielen der Nachbarstaaten (insbesondere Saudi-Arabien und VAE). Die Kosten für einen Liter Milch belaufen sich auf etwa 0,64 Omanische Rial, was ungefähr 1,56 Euro entspricht.⁸⁰ Die Regierung im Oman ist strenger Überwacher der Preise für Lebensmittel. Seit Mitte 2014 wurden die Regelungen zur Preiskontrolle gelockert und nunmehr sind nur noch 23 Grundnahrungsmittel der staatlichen Preisgebung untergeordnet. Dazu gehören auch Milcherzeugnisse. So müssen Hersteller vor der Vermarktung eine Erlaubnis für die verlangten Preise bei der Public Authority für Consumer Protection einholen. Eine Erhöhung des Preises muss ebenso unter Angabe überzeugender Gründe beantragt werden. Die Einstufung von Milcherzeugnissen als Grundnahrungsmittel gibt Aufschluss über die Zielgruppe. Das Ziel der Regierung ist es, Milchprodukte für alle Bevölkerungsschichten bezahlbar zu lassen.⁸¹

4.5 Distribution

Saudi-Arabien:

Die Vertriebskanäle für Lebensmittel allgemein und Milchprodukte in Saudi-Arabien sind sehr vielfältig. Hauptsächlich nutzen die Konsumenten Großverbrauchermärkte, Supermärkte und Bakalas (kleinere Nachbarschaftsläden) für ihren Einkauf. Es herrscht eine starke Fragmentierung des Lebensmitteleinzelhandels. Derzeit gibt es ca. 230 Hypermärkte, die zusammen rund 22 % Marktanteil im Lebensmittelhandel innehaben. Das größte Filialnetz im Königreich hat mit 50 Märkten der Hypermärkte HyperPanda. Weitere Ketten sind Al Sadhan, Carrefour, Nesto und Tamimi Markets. Die starke Urbanisierung in Saudi-Arabien hat ein dichteres Netz an Supermärkten und Hypermärkten in den Ballungszentren Riad, Dschidda und Mekka geformt. Vor allem industrielle Milchprodukte profitieren von dieser Entwicklung, da hier Produkte in größeren Mengen abgesetzt werden. Neben den Hypermärkten vereinen die rund 700 Supermärkte im Land einen Marktanteil von 23 % unter sich. Sie haben in den vergangenen Jahren vom gestiegenen Interesse der Konsumenten an westlichen Produkten und dem allgemeinen Bevölkerungswachstum im Land profitiert. Auch in diesem Segment hat die Panda Retail Company mit ihren Supermärkten das größte Netz, gefolgt von Al-Othaim und Farm Supermarkets. Charakteristisch für den Markt in Saudi-Arabien sind strategische Allianzen zwischen multinationalen Einzelhandelsgruppen und lokalen Unternehmen. So tat sich z. B. der französische Supermarkt Casino Guichard-

⁸⁰ ExpatArrivals (2016): Cost of Living in Oman. www.expatarrivals.com.

⁸¹ Oman Daily Observer (2014): 20 items brought under price control mechanism. omanobserver.om.

Reuters (2014): Oman scraps price controls for most goods, inflation impact seen minor. www.reuters.com.

Perrachon mit der Qatari Gruppe zusammen um sich in Nordafrika und dem mittleren Osten zu vergrößern.

Neben den großen Ketten besteht ein bedeutender Vertriebsweg in den Bakalas mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 Quadratmetern. Die privaten Geschäfte finden sich in nahezu jeder Wohngegend, sodass man ihre Anzahl auf rund 39.000 Läden landesweit schätzt. Trotz des steigenden Einflusses von Supermärkten in Saudi-Arabien stellen Bakalas einen wichtigen Vertriebsweg für Lebensmittel im Land dar. Im Jahr 2015 hatten sie mit ihren Verkäufen einen Marktanteil von über 52 % des gesamten Lebensmittelumsatzes.⁸² Ein Grund hierfür ist unter anderem das Fahrverbot von Frauen, wodurch diese auf nahegelegene Einkaufsmöglichkeiten angewiesen sind. Die Situation für viele kleinere Nachbarschaftsläden im Land ist derzeit unsicher. Im März 2016 schlug die beratende Versammlung Saudi-Arabiens den Ministerien für Arbeit und städtische Entwicklung vor, kleinere Bakalas mit weniger als einem saudi-arabischen Angestellten zu schließen, um die Anstellung ausländischer Arbeitnehmer in diesem Gewerbe zu unterbinden. Weitere Gründe sind die besseren hygienischen Bedingungen in größeren Supermärkten sowie das Ziel, Lizenzbetrüger zahlreicher kleinerer Läden zu verhindern. Der Entwurf wird derzeit von der Regierung beraten.⁸³

Vereinigte Arabische Emirate:

In den VAE wurden westlich geprägte, moderne Handelsformate früher übernommen als in vielen Nachbarstaaten. Deswegen sind die Formate Hypermarkt und Supermarkt bereits sehr etabliert und ausgereift im regionalen Vergleich. Beide Formate erfreuen sich großer Nachfrage. In der Konsequenz wird ein Großteil der Lebensmittel in den VAE in großformatigen Geschäften umgesetzt. So werden etwa 50 % der Lebensmittel durch die zahlreichen kleinen Nachbarschaftsläden, Convenience Stores und Hof- und Marktverkäufer umgesetzt, während die restlichen 50 % in den vergleichsweise wenigen Hyper- und Supermärkten verkauft werden. Diese sind geographisch stark konzentriert auf die Städte Dubai, Abu Dhabi und Sharjah und deren nähere Umgebung. Die wichtigsten fünf Ketten in den VAE sind die Emke Group, Spinneys, Carrefour (Majid Al Futtaim Hypermarkets), Consumer Co-op UAE und Al Safeer.⁸⁴ Die größten sind Majid al Futtaim mit einem Marktanteil von 20 % und die Emke Group mit einem Marktanteil von 12 % (Stand 2013). Marktexperten von Alpen Capital argumentieren, dass die großen Ketten ihre Marktanteile durch direkte Importe vom Hersteller so gut ausbauen konnten und dementsprechend günstigere Preise anbieten können. Zudem hat es in den letzten Jahren vermehrt neue Retail-Formate auf dem Markt gegeben. Dazu gehörten zuletzt die Trends hin zu Spezialitäten- und

⁸² Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2016): www.agrarexportfoerderung.de.

⁸³ Saudi Gazette (20.03.2016): www.saudigazette.com.sa/proposal-close-small-groceries/.

⁸⁴ Agriculture and Agri-Food Canada (2012): www.agr.gc.ca.

Delikatessengeschäften sowie der aufkommende E-Commerce. Als Reaktion darauf haben alle großen Ketten mittlerweile Online Stores mit einem umfangreichen Lieferservice.⁸⁵

Jemen:

Die Distributionslandschaft ist stark informell geprägt. Da ein Großteil der Milcherzeugnisse in den ländlichen Gegenden produziert und umgesetzt wird, lassen sich hier keine formellen Distributionskanäle identifizieren. Die Familien, die Milch produzieren und beispielsweise zu Ghee weiterverarbeiten, benutzen die Produkte als Währung im Tausch gegen andere Güter. In urbanen Gegenden beziehen die Menschen Milchprodukte vielfach über Verwandte und Freunde vom Land. Die Erzeugnisse aus der ländlichen Kleinbauernwirtschaft werden ausschließlich über den informellen Markt abgesetzt. Ein alternativer Distributionskanal besteht in Supermärkten. In den Supermärkten werden die Produkte aus den zwei großen Milchfarmen sowie importierte Produkte vertrieben. Das in den Supermärkten am meisten vertriebene Produkt ist Milchpulver von den ausländischen Herstellern Nestlé, Arla und Anchor New Zealand. Für die meisten frischen Milcherzeugnisse stellen Supermärkte keinen relevanten Absatzkanal dar.

Oman:

Traditionell sind sogenannte „Souks“ fest in der omanischen Handelskultur etabliert. Souks sind großflächige Märkte, die vor vielen Jahrhunderten bereits das regionale Handelsimperium des Sultanats untermauerten. In den Souks werden neben den traditionellen Waren Edelmetall und Weihrauch auch Konsumgüter für den täglichen Verbrauch vertrieben. So erstehen die Omaner hier einen großen Teil ihrer Einkäufe, insbesondere auch was Lebensmittel und Getränke angeht. In diesen Märkten werden größtenteils zu guten preislichen Konditionen omanische Erzeugnisse vertrieben. Obwohl die Souks fest in der Tradition und dem Bewusstsein der Bevölkerung verankert sind, hat sich die Lebensmittelhandelslandschaft im Laufe der letzten Jahre zu einer der am schnellsten wachsenden in der Golfregion entwickelt.⁸⁶ Noch sind moderne Handelsformate im Oman unterdurchschnittlich entwickelt. So schreiben die Marktexperten der Alpen Capital dem modernen Lebensmitteleinzelhandel ein großes Ausbaupotenzial zu. Sie konstatieren zugleich ein wachsendes Interesse internationaler Großakteure des Lebensmitteleinzelhandels an den Ländern Kuwait, Bahrain und Oman. Dazu zählen insbesondere Al Adil und Géant, die derzeit jene Märkte sondieren. Der Trend geht zunehmend hin zu größeren Supermärkten in den großen Malls, was bislang im Oman als unbekanntes Konzept galt.⁸⁷ Derzeit gelten als große Supermarkt- und Hypermarktketten auf dem Markt Carrefour, Grand Hypermarket, Lulu Hypermarket, Mars Hypermarket und Sultan center. Die beiden Ketten mit der größten Reichweite und Bedeutung sind das Carrefour und Lulu. Das Carrefour im Oman wird durch

⁸⁵ Alpen Capital (2015): GCC Retail Industry Report. www.alpencapital.com.

⁸⁶ Oxford Business Group (2012): The Report Oman. books.google.de.

⁸⁷ Alpen Capital (2015): GCC Retail Industry. www.alpencapital.com.

die emiratische Gruppe Majid Al-Futtaim betrieben, die alleinige Namensrechte innehat. Lulu Hypermarket wird durch die gleichnamige Lulu Group International betrieben.⁸⁸ Seit 2014 eröffnete die Khimji Ramdas Gruppe sechs SPAR Supermärkte und will bis Ende des Jahres 2016 neun Filialen im Land betreiben.⁸⁹

⁸⁸ Oman Observer (2013): Intermediaries. www.omanobserver.om.

⁸⁹ Khimji Ramdas: SPAR international www.khimji.com/en.

5 SWOT-Analyse

In der SWOT-Analyse werden die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Milchwirtschaften in Saudi-Arabien, VAE, Jemen und Oman zusammenfassend dargestellt.

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
<ul style="list-style-type: none"> • Große Wirtschaften und dementsprechend große Absatzchancen in Saudi-Arabien und VAE • Stabile wirtschaftliche Lage mit Wachstumstendenzen in Saudi-Arabien, VAE und Oman • Harmonisiertes Importverfahren für GCC-Mitgliedstaaten sowie Vorteile durch Zollunion • Heterogene Bevölkerungszusammensetzung bedingt eine vielfältige Nachfragestruktur nach Milchprodukten 	<ul style="list-style-type: none"> • Die politische Lage im Jemen ist kritisch und bietet keine Sicherheiten • Hohe Importkosten für Drittländer • Export von Milcherzeugnissen nach Jemen ist wenig institutionalisiert • Infrastruktur im Oman und im Jemen derzeit noch unterentwickelt
Opportunities (Chancen)	Threats (Risiken)
<ul style="list-style-type: none"> • Einstieg in die Nische als vielversprechender Markteintritt • Niedrige Selbstversorgungsraten, da heimische Produktion die Nachfrage nicht decken kann • Großes Potenzial für neue und innovative Produkte insbesondere in Saudi-Arabien, VAE und Oman • Westlich geprägte Handelsformate setzen sich vermehrt durch und bieten gute Absatzchancen für ausländische Produkte • Milchprodukte profitieren von einem zunehmenden Gesundheits- und Wellnesstrend • Großes Potenzial für frische Trinkmilch 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Investitionen in die heimischen Milchwirtschaften in Saudi-Arabien, VAE und Oman sorgen langfristig für ausdifferenzierte und hochgradig intensive sowie produktive heimische Milchwirtschaften • Strenge staatlich regulierte Preispolitik erlaubt keine eigene Preissetzung • Angespannte Versorgungslage im Jemen: stark eingebrochene Kaufkraft und stark zurückgegangene Produktion

6 Adressen

6.1 Saudi-Arabien

Öffentliche Institutionen und Verbände

Ministry of Agriculture of the Kingdom of Saudi Arabia

King Abdul Aziz Road, Al Murabba
P.O.Box: 7878
12628 Riyadh
Telefon: +966114016666, +966114030030
Website: www.moa.gov.sa

General Authority for Statistics of the Kingdom of Saudi Arabia

Al Murabba
P.O.Box: 3735
12628 Riyadh
Telefon: +966114014138
Website: www.saso.gov.sa

Saudi Food and Drug Authority (SFDA)

Northern Ring Branch Road, An Nafal

13312 Riyadh

Telefon: +96611203 8222
Website: www.sfda.gov.sa

Saudi Standards, Metrology and Quality Organisation (SASO)

2195 Imam Saud Bin Abdulaziz Bin Mohammed Road, Al Muhammadiyah
P.O.Box: 3437
12364 Riyadh
Telefon: +966112529999
Website: www.saso.gov.sa

Ministry of Commerce and Investment

King Abdul Aziz Road, Al Murabba
11162 Riyadh
Telefon: +966 920000667
Website: www.mci.gov.sa

Produzierende und weiterverarbeitende Unternehmen

Danone

Al Safi Danone Co. Ltd.

P.O.Box: 10525

11443 Riyadh

Telefon: +966 11 211 9999

Website: www.alsafidanone.com

Almarai

Al Izdihar

12487 Riyadh

Telefon: +966 11 470 0005

Website: www.almarai.com

NADEC (National Agricultural Development Company)

Imam Abdullah Bin Faisal Bin Turki Street,
Al Murabba

P.O.Box: 2557

11461 Riyadh

Telefon: +966 11 202 7777

Website: www.nadec.com.sa

Saudia Dairy & Foodstuff Company

Al Hail, Al-Nakheel

P.O.Box: 5043

21422 Jeddah

Telefon: +966 12 629 3366

Website: www.sadafco.com

Importeure

Abbar Trading Company

Abbar & Zainy Tower, Al Hindawiah Street

P.O.Box: 2495

21451 Jeddah

Telefon: +966 12 647 4000

Website: www.abbartrading.com

Balsharaf Group

King Fahad Road, Opposite of Council of
Saudi Chambers

P.O.Box: 31116

Riyadh

Telefon: +966 11 880 9999

Website: www.balsharaf.com.sa

Zamil Food Industries

First Industrial City

P.O.Box: 240

31951 Jubail

Telefon: [+966 133415235](tel:+966133415235)

Website: www.zamilfood.com/

Absatzkanäle

Panda Retail Company

Headquarters Business Park Ashati
Jeddah, Prince Faisal Bin
Fahd Road, Savola Group

Telefon: +966 12 268 7755

Website: <http://www.panda.com.sa/>

Al Sadhan

P.O. 945
Riyadh 11421

Telefon: +966 208 55 55

Website: <http://www.al-sadhan.com/>

Carrefour SA

Carrefour Head Office
Granada Center
Riyadh

Telefon: +966 9200 00282

Website: <http://carrefourksa.com/>

Nesto

Nesto Management Office
P.B. #4942, Gardenia Mall
Azizia, Riyadh-11412

Telefon: +966 11 43 877 54

Website: <http://www.nestogroup.com/>

Tamimi Markets

Headquarters Tamimi Markets
PO Box 31802
Al Khobar, 31952

Website: <http://www.tamimimarkets.com/>

Al-Othaim

Head Office Othain Markets
Rabwa Eastern Ring Road
41700 Riyadh

Telefon: +966 1125 47 000

Website: <http://www.othaimmarkets.com/>

6.2 Vereinigte Arabische Emirate

Öffentliche Institutionen und Verbände

Ministry of Climate Change & Environment

Old Airport Road Behind Carrefour
P.O.Box: 213
Abu Dhabi
Telefon: +971 02 4444747
Website: www.moccae.gov.ae

Ministry of Economy

Sheikh Zayed Road, Al Kifaf Building
P.O.Box: 901
Abu Dhabi
Telefon: +97126131111
Website: www.economy.gov.ae

Federal Competiveness and Statistics Authority

Sheikh Zayed Road
Emirates Tower (Office tower) - 5th Floor
P.O.Box: 127000
Dubai
Telefon: + 97146080000
Website: www.fcса.gov.ae

Dubai Municipality

Building 20, Baniyas Road
Al Rigga Area
Deira
Telefon: +971 4 2215555
Website: www.dm.gov.ae

Produzierende und weiterverarbeitende Unternehmen

UNIKAI Foods P.J.S.C.

Al Quoz Industrial Area
P.O.Box: 6424
Dubai
Telefon: +971800864524
Website: www.unikai.com

Al Ain Dairy

Jebel Ali Industrial Area No: 2
P.O.Box: 31642
Dubai
Telefon: +97148804123
Website: www.alaindairy.com

Al Rawabi Dairy Company

Al Rawabi Dairy Head Office
Al Khawaneej
P.O.Box: 50368
Dubai
Telefon: +971800 40 27
Website: www.alrawabidairy.com

Al Ain Dairy

Al Ain Road, Marmum Dairy Farm Building,
Al Lusayli Area
P.O.Box: 31671
Dubai
Telefon: +971 4-832-6440
Website: www.marmum.ae

Emirates Industry for Camel Milk & Products (EICMP)

Unnamed Road
Dubai

Telefon: +97142281034
Website: www.camelicious.ae

National Food Products Company (NFPC)

P.O.Box: 2403
Abu Dhabi
Telefon: +97125582808
Website: www.nfpcgroup.com

Al Safi Danone Co, United Arab Emirates

Al Quoz Industrial Area 4,
Agility Logistics Building
Dubai

Telefon: +971 4 340 6895
Website: www.alsafidanone.com

Arla Foods (Middle East)

Le Solarium Building, Dubai Silicon Oasis
Office 615
P.O.Box: 341125
Dubai
Telefon: +971 4326 3889
Website: www.arla.com

Importeure

Transveritas Foodstuff Trading L.L.C.

Sobha Sapphire, Al Khail Road, Office No.
1209
P.O.Box: 27173
Dubai
Telefon: [+9714 423 2500](tel:+97144232500)
Website: www.transveritas.com

Emirates Rawabi

Sheikh Zayed Road, Emarat Atrium
Building, 3rd floor 318

Dubai
Telefon: +971 4 3439555
Website: www.emiratesrawabi.ae

Absatzkanäle

LuLu Group

LuLu Group International Headquarters
Y-Tower Building, Al Nahyan Camp
Abu Dhabi

Telefon: +971 2 4182000

Website: www.lulugroupinternational.com

Al Safeer

Al Safeer Group Corporate Office
22320 Sharjah Industrial Area 1
U.A.E.

Telefon: +971 6 5325353

Website: <http://www.safeergroup.com/>

Majid Al Futtaim Markets

Majid Al Futtaim Headquarters
Tower 1, 10th Floor
City Centre Deira Complex
Dubai

Telefon: +971 4 294 9999

Website: <http://www.majidalfuttaim.com/>

Spinneys Dubai LLC

Head Office
Floor 30 & 34 Vision Tower, Business Bay
Dubai

Telefon: +971 4 274 3333

Website: <http://www.spinneys-dubai.com/>

6.3 Jemen

Öffentliche Institutionen und Verbände

Ministry of Agriculture and Irrigation

P.O.Box: 2805

Sana'a

Telefon: +9671277177, +9671282966

Website: www.agriculture.gov.ye

Ministry of Public Health & Population

P.O.Box 299

Sana'a

Telefon: +967 1 220590, +967 1 252192

Website: www.moh.gov.ye

Ministry of Industry and Trade

P.O.Box: 22210

Sana'a

Telefon: +967 1 252 345

Website: www.moit.gov.ye

Produzierende und weiterverarbeitende Unternehmen

Yemen Dairy & Food Products Ind.

Sanaa Road, Al-Hudaïda

Sana'a

Telefon: + 967 3 228801 9

Website: www.yemany.com

Nadfood (National Dairy & Food Co)

Nadfood

Aden

Telefon: +967 2 249966

Website: www.nadfood.com

Importeure

Al-Gharasi

Zubeiry Street, Al-Gharasi Building

P.O.Box: 1270

Sana'a

Telefon: +967 1 683179 / 683300

Website: www.algharasi.com

HAS Group

Hayel Saeed Anam Group of Companies

P.O.Box 8662

Dubai

Telefon: +97144277292

Website: www.hsagroup.com

6.4 Oman

Öffentliche Institutionen und Verbände

Ministry of Agriculture and Fisheries	National Centre for Statistics & Information
Al Wazarat Street, Alkhuyr	Mutrah High Street
P.O.Box: 467	Maskat
100 Maskat	
Telefon: +968 24694666	Telefon: +968 80076274
Website: www.maf.gov.om	Website: www.ncsi.gov.om
Ministry of Commerce and Industry	Public Authority for Consumer Protection
Main Building	Authority's main building
P.O.Box: 550	P.O.Box: 1472
Maskat	130, Maskat
Telefon: +968 24858444	Telefon: +968 80 07 90 09
Website: www.moci.gov.om	Website: www.pacp.gov.om

Produzierende und weiterverarbeitende Unternehmen

A'Safwah Dairy & Beverage Company	Modern Dairy Factory LLC
Salalah 211	
P.O.Box: 1220	P.O.Box: 123
Maskat	114 Muttrah
Telefon: +968 23225381	Telefon: +968 2481 5247, +968 2481 4849
Website: www.alsafwahdairy.com	Website: www.moderndairyfactory.com
Dhofar Cattle Feed Co, (SAOG)	Almarai
Feed Mill Division, Salalah 211	Al Izdihar
P.O.Box: 298	12487 Riyadh
Raysut	
Telefon: +968 23219074, +968 23219128	Telefon: +966 11 470 0005
Website: www.dhofarcattlefeed.om	Website: www.almarai.com

Importeure

Al Reef L.L.C.

Madinat Al Sultan Qaboos - 115

P.O.Box: 418

Maskat

Telefon: +968 24503469 / 473

Website: www.alreefoman.com

Oman Food Investment Holding Co.

Ghala - Boshier, Abraj Al Nahdah, 8th Floor
Office No. 10

P.O.Box: 61

134 - Muskat

Telefon: +968 24210300, +968 24210301

Website: www.omanfood.om

Absatzkanäle

Mars International

LLC P.O.Box:201

Madinat Qaboos PC.115

Sultanate of Oman

Telefon: +968 22060943

Website: <http://www.marshypermarket.com/>

LuLu Hypermarket

Regional Office

P.O. Box 436, Postal Code 130

Y Tower, Al Khuwair

Telefon: +968 2203 4000

Website: <http://www.luluhypermarket.com/>

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Absatzförderung, Qualitätspolitik)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
Tel. +49 (0)228 99 529 3877
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

November 2016

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

TEXT

enviacon international
Martin-Buber-Straße 24
14164 Berlin
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion:
Vera Thülig Lara Bolhuis Leonard Rupp

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon international keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich - direkt oder indirekt - durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon international und zweitens die Förderung durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestattet.

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ist für den Inhalt der Marktstudie nicht verantwortlich. Es werden ausschließlich Meinungen und Auffassungen der Verfasser wiedergegeben.

Diese Broschüre wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des BMEL kostenlos herausgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter
www.agrarexportfoerderung.de