



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft



# Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Neuseeland

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und  
Ernährungswirtschaft / Dezember 2020



## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	3
Tabellenverzeichnis.....	5
Abbildungsverzeichnis .....	5
Abkürzungsverzeichnis .....	8
1. Zusammenfassung.....	9
2. Einleitung .....	10
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....	11
3.1 Länderkurzinformationen .....	11
3.2 Wirtschaftslage und Aussichten .....	15
3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion .....	17
3.4 Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren .....	18
4. Süßwarenindustrie .....	20
4.1 Kurze Einführung in den Markt.....	20
4.2 Überblick über die lokale Produktion.....	20
4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	21
4.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer) .....	22
4.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	27
4.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	29
4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	32
5. Knabberartikelindustrie .....	34
5.1 Kurze Einführung in den Markt.....	34
5.2 Überblick über die lokalen Produktionen.....	35
5.3 Marktgröße und Preisindex .....	36
5.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer) .....	37
5.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	39
5.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	40
5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	43
6. Backwarenindustrie .....	45
6.1 Kurze Einführung in den Markt.....	45
6.2 Überblick über die lokalen Produktionen.....	46
6.3 Marktgröße und Preisindex .....	47
6.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer) .....	48
6.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	52
6.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	53
6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	58
7. Cerealienindustrie.....	59

7.1 Kurze Einführung in den Markt.....	59
7.2 Überblick über die lokalen Produktionen.....	59
7.3 Marktgröße und Preisindex .....	59
7.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer) .....	61
7.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	66
7.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	67
7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	70
8. Speiseeisindustrie .....	71
8.1 Kurze Einführung in den Markt.....	71
8.2 Überblick über die lokalen Produktionen.....	72
8.3 Marktgröße und Preisindex .....	72
8.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer) .....	73
8.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	76
8.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	76
8.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	79
9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt (Bestandsaufnahme und Probleme).....	81
10. Export von Süßwaren aus Deutschland.....	82
11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland .....	86
11.1 Messen.....	86
11.2. Kontakte.....	87

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Wirtschaftskurzdaten Neuseeland (Stand: 2019) .....	12
Tabelle 2: SWOT-Analyse für Süßwaren und Knabberartikel in Neuseeland.....	81

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Landkarte von Neuseeland .....	11
Abbildung 2: Ausgewählte Exportdestinationen Neuseelands im Jahr 2018 (in % der Gesamtexporte).....	14
Abbildung 3: Geografische Verteilung der neuseeländischen Süßwarenhersteller (Stand 2019) .....	21
Abbildung 4: Preisentwicklung einer Tafel Schokolade 250 g in Neuseeland (in NZD, Juni 2010 – Juni 2020).....	22
Abbildung 5: Neuseeländische Ex- und Importe von Süßwaren (HS-Code 1704, in Mio. USD) .....	23
Abbildung 6: Zielländer neuseeländischer Exporte im Bereich Süßwaren 2019 (HS- Code 1704, in Mio. USD).....	24
Abbildung 7: Herkunftsländer neuseeländische Importe im Bereich Süßwaren 2019 (HS- Code 1704, in Mio. USD).....	25
Abbildung 8: Neuseeländische Ex- und Importe Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittel 2019 (HS-Code 1806, in Mio. USD) .....	26
Abbildung 9: Zielländer neuseeländische Exporte im Bereich Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittel 2019 (HS-Code 1806, in Mio. USD).....	26
Abbildung 10: Herkunftsländer neuseeländische Importe im Bereich Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittel 2019 (HS-Code 1806, in Mio. USD) .....	27
Abbildung 11: Auswahl von Nestlé-Produkten in Neuseeland.....	29
Abbildung 12: Produktauswahl von Mondelez International .....	30
Abbildung 13: Auswahl von Produkten der Firma Whittaker's and Sons.....	31
Abbildung 14: Produktauswahl des Unternehmens RJ's Licorice .....	32
Abbildung 15: Wert der Produktion von Kartoffelchips, in tsd. NZD.....	35
Abbildung 16: Monatliche Preisentwicklung von Kartoffelchips (150 g), Juni 2014 – Juni 2020 (in NZD).....	37
Abbildung 17: Zielländer neuseeländischer Exporte von Kartoffelchips (HS-Code 200520) im Jahr 2018 (in tsd. USD) .....	38
Abbildung 18: Herkunftsländer neuseeländischer Importe von Kartoffelchips (HS-Codes 200520), 2018 (in tsd. USD).....	38
Abbildung 19: Neuseeländische Importe und Exporte von zubereiteten und haltbar gemachten Nüssen und Samen (HS-Codes 200811 und 200919) im Jahr 2019 (in tsd. USD) .....	39

Abbildung 20: Auswahl von Knabberartikeln von Griffin's Foods .....	41
Abbildung 21: Auswahl von Knabberartikeln von Bluebird Foods.....	42
Abbildung 22: Selbstbedienungsregal von Alison's Pantry .....	43
Abbildung 23: Verteilung der handwerklichen Backwarenhersteller nach Region (Stand 2020).....	46
Abbildung 24: Geografische Verteilung der neuseeländischen industriellen Hersteller von Kuchen und Gebäck (Stand 2020).....	47
Abbildung 25: Preisentwicklung von Keksen ohne Überzug (plain biscuits), 250 g, 2012 – 2020 (in NZD) .....	47
Abbildung 26: Preisentwicklung von Schokoladenkekse, 200 g, 2012 – 2020 (in NZD) .....	48
Abbildung 27: Neuseeländische Ex- und Importe im Bereich Backwaren, 2015-2019 (HS- Code 1905, in Mio. USD).....	49
Abbildung 28: Zielländer neuseeländischer Exporte im Bereich Backwaren im Jahr 2019 (HS-Code 1905, in Mio. USD) .....	50
Abbildung 29: Herkunftsländer neuseeländischer Importe im Bereich Backwaren 2019 (HS-Code 1905, in Mio. USD) .....	50
Abbildung 30: Neuseeländische Ex- und Importe im Bereich Kekse und Kleingebäck, 2015 – 2019 (HS-Code 1905.31, in Mio. USD).....	51
Abbildung 31: Zielländer neuseeländischer Exporte im Bereich Kekse und Kleingebäck 2019 (HS-Code 1905.31, in Mio. USD).....	52
Abbildung 32: Herkunftsländer neuseeländischer Importe im Bereich Kekse und Kleingebäck 2019 (HS-Code 1905.31, in Mio. USD).....	52
Abbildung 33: Auswahl von Backwarenprodukten von Arnott's in Neuseeland.....	54
Abbildung 34: Auswahl von Backwaren von Bakers Delight .....	55
Abbildung 35: Auswahl von Backwaren von Brumby's Bakeries .....	56
Abbildung 36: Auswahl von Backwarenprodukten von Griffin's Foods .....	56
Abbildung 37: Auswahl von Backwaren von The Cheesecake Shop .....	57
Abbildung 38: Preisliche Entwicklung 500 g Cornflakes, Januar 2010 – Oktober 2020 (in NZD) .....	60
Abbildung 39: Neuseeland Im- und Exporte der Warengruppe HS 1904 (in USD, 2015 – 2019).....	61
Abbildung 40: Top-5-Importländer Neuseeland Warengruppe HS 1904, Stand 2019 (in USD).....	62
Abbildung 41: Top-5-Exportländer Neuseeland Warengruppe HS 1904, Stand 2019 (in USD).....	62
Abbildung 42: Neuseeländische Im- und Exporte der Warengruppe HS 1904.10 (in USD, 2015 – 2019).....	63
Abbildung 43: Top-5-Importländer Neuseeland Warengruppe HS 1904.10, Stand 2019 (in USD).....	64

Abbildung 44: Top-5-Exportländer Neuseeland Warengruppe HS 1904.10, Stand 2019 (in USD).....	64
Abbildung 45: Neuseeländische Im- und Exporte der Warengruppe HS 1904.10 (in USD, 2015 – 2019) .....	65
Abbildung 46: Top-5-Importländer Neuseeland Warengruppe HS 1904.20, Stand 2019 (in USD).....	65
Abbildung 47: Top-5-Exportländer Neuseeland Warengruppe HS 1904.20, Stand 2019 (in USD).....	66
Abbildung 48: Produktauswahl Frühstückscerealien Sanitarium .....	68
Abbildung 49: Produktauswahl von Hubbards .....	68
Abbildung 50: Produktauswahl von Kellogg's.....	69
Abbildung 51: Preisentwicklung von 2 l-Speiseeis und Stieleisen bzw. ähnlichen Eisprodukten, Januar 2018 – Juni 2020 (in NZD).....	73
Abbildung 52: Zielländer neuseeländischer Exporte von Speiseeis (HS-Code 210500) im Jahr 2018 (in tsd. USD) .....	74
Abbildung 53: Herkunftsländer neuseeländischer Importe von Speiseeis (HS-Code 210500), 2018 (in tsd. USD) .....	75
Abbildung 54: Neuseeländische Importe von Speiseeis, in t.....	75
Abbildung 55: Auswahl von Produkten von Emerald Foods.....	77
Abbildung 56: Auswahl von Produkten von Much Moore Ice Cream Company .....	78
Abbildung 57: Auswahl von Produkten von Talleys'.....	78
Abbildung 58: Auswahl von Produkten von Tip Top Ice Cream Company .....	79
Abbildung 59: Vergleich deutscher Ausfuhren von Süßwaren nach Australien und Neuseeland, 2010 und 2019 (in tsd. EUR) .....	82
Abbildung 60: Deutsche Ausfuhren von Süßwaren nach Neuseeland, 2019 (in t).....	83
Abbildung 61: Deutsche Ausfuhren von Süßwaren nach Neuseeland, 2019 (in tsd. EUR) ....	83
Abbildung 62: Hauptlieferländer von Schokoladenwaren für Neuseeland, 2019 (in Mio. USD).....	84

## Abkürzungsverzeichnis

ASEAN	Association of South East Asian Nations, Verband Südostasiatischer Nationen
AUD	Australischer Dollar
BDSI	Bundesverband Deutscher Süßwarenindustrie
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
bspw.	beispielsweise
DCANZ	Dairy Companies Association of New Zealand
EU	Europäische Union
EUR	Euro
ggf.	gegebenenfalls
GST	Goods and Service Tax, Mehrwertsteuer
HS	Harmonisiertes System der Zollnomenklatur
insb.	insbesondere
k. A.	Keine Angabe
kg	Kilogramm
l	Liter
Ltd.	Limited
Mio.	Millionen
MPI	Ministry for Primary Industries
Mrd.	Milliarden
NZ	New Zealand
NZD	Neuseeland-Dollar
NZICMA	New Zealand Ice Cream Manufacturers Association
OEC	Observatory of Economic Complexity
PNZ	Potatoes New Zealand
%	Prozent
RCEP	Regional Comprehensive Economic Partnership
t	Tonnen
tsd.	Tausend
u. a.	unter anderem
UN	United Nations, Vereinte Nationen
USA	United States of America, Vereinigte Staaten von Amerika
USD	US-Dollar
v. a.	vor allem
vgl.	vergleiche
z. B.	zum Beispiel

## 1. Zusammenfassung

Neuseeland ist ein kleiner und geografisch isolierter Staat im Südwestpazifik, welcher sich in den letzten Jahrzehnten zu einem modernen Industriestaat mit einem starken Dienstleistungssektor entwickelt hat. Dennoch bildet die Lebensmittelwirtschaft (v. a. Molkereiprodukte sowie Früchte) weiterhin ein wichtiges Standbein der exportorientierten neuseeländischen Wirtschaft. Enge wirtschaftliche Beziehungen werden v. a. mit Australien, China, anderen asiatischen Staaten und den USA durch ein Netz an Freihandelsabkommen gepflegt. Der neuseeländische Markt ähnelt in vielen Aspekten dem größeren australischen Markt, sodass ein gemeinsamer Markteinstieg möglich ist.

Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Neuseeland ist im Gesamten in den letzten Jahren gewachsen. Begünstigt wird dies durch den Trend weg von starren Mahlzeiten hin zu flexibleren Essgewohnheiten und durch steigende Ausgaben für Snacks und Süßwaren. Gleichzeitig werden eine gesündere Ernährung und somit zucker- und fettreduzierte sowie glutenfreie oder vegane Produkte immer beliebter. Für gewöhnlich gibt es meist einige große Produzenten als Marktführer und eine Vielzahl kleiner und mittlerer traditioneller Produzenten, welche oft Familienunternehmen sind.

Die Süßwarenbranche verzeichnet hohe Wachstumsraten, wobei Schokolade das Wachstum anführt. Es gibt sehr viele Hersteller und Marken, wobei internationale Hersteller stark vertreten sind. Der mit Abstand wichtigste Handelspartner ist Australien. Bei den Knabberartikeln sind Kartoffelchips das wichtigste Produkt. Der Markt für Kartoffelchips ist ein sicherer Wachstumsmarkt. Hier sind sowohl Konsumausgaben als auch Umsätze in den vergangenen Jahren angestiegen. Extreme Wettererscheinungen gefährden jedoch zunehmend die neuseeländische Kartoffelernte, sodass Importe (v. a. aus den USA und China) gefragt sind. Bei den Backwaren nehmen der Automatisierungsgrad und die Konkurrenz zu, auch durch Importe aus dem Ausland, was sinkende Preise für Kekse und einen hohen Wettbewerbsdruck verursacht. Bei klassischen Cerealien gibt es nur ein schwaches Wachstum und die Ausgaben hierfür gehen zurück, während gesündere Alternativen, wie Müsli und Granola, immer beliebter werden. In dieser Branche ist Neuseeland stark auf Importe angewiesen, welche bisher v. a. aus Australien stammen. Speiseeis ist aufgrund der großen Milchwirtschaft Neuseelands ein wichtiges Exportprodukt. Fast alle Hersteller sind im Exportgeschäft tätig. In den letzten Jahren sind Importe von Speiseeis jedoch signifikant angestiegen, was durch den Rekordspeiseeiskonsum der Neuseeländer begünstigt wird. Australien und einige europäische Volkswirtschaften haben sich hier als Lieferländer etabliert.

## 2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum neuseeländischen Markt für Süßwaren und Knabberartikel wurde im November 2020 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt. Das Ziel ist es, interessierten deutschen Unternehmen einen Überblick über die Marktstrukturen und -charakteristika sowie über die Potenziale und Chancen eines Markteinstiegs in Neuseeland zu vermitteln.

Nach einem Überblick über die allgemeine Wirtschaftsstruktur sowie die ökonomische Lage und Aussichten wird kurz die neuseeländische Lebensmittelproduktion beleuchtet und die rechtlichen Vorgaben für Einfuhr und Vertrieb von Süßwaren zusammengefasst.

Die Studie betrachtet fünf wichtige Produktgruppen: Süßwaren (Schokolade, Bonbons, Fruchtgummis und ähnliche Zuckerwaren), Knabberartikel (Chips, Extruderprodukte, Erdnüsse, Nüsse und Samen), Backwaren (Kekse, Kuchen und Knäckebrötchen), Cerealien (Flakes, Müsli und Granola) und Speiseeis. Insbesondere die Anzahl, Größe und Niederlassungen der neuseeländischen Produzenten, die Umsätze der Industrien, die Konsumausgaben der Haushalte sowie die Preisentwicklung werden bei der Analyse berücksichtigt. Außerdem werden die dominierenden Hersteller vorgestellt und das Potenzial für deutsche Hersteller der jeweiligen Industrie bestimmt. Die wirtschaftlichen Auswirkungen der Covid-19-Pandemie sind in die Marktstudie eingearbeitet. Zuletzt bietet die Studie eine Bestandsaufnahme der Chancen und Risiken deutscher Lieferanten sowie einen Überblick über die bisherigen Süßwarenexporte von Deutschland nach Neuseeland.

Am Ende der Studie ist eine umfangreiche Auflistung relevanter Messen sowie Unternehmen, Importeure und Verbände zu finden, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen. An dieser Stelle wird außerdem auf die im Rahmen des Exportförderprogramms des BMEL veröffentlichte Studie „Der Markt für Lebensmittel in Australien und Neuseeland“ (Oktober 2017) verwiesen.

## 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

### 3.1 Länderkurzinformationen



Abbildung 1: Landkarte von Neuseeland

Quelle: Central Intelligence Agency (2020)

Neuseeland ist ein Inselstaat im Südwestpazifik, welcher zwischen 1.530 und 2.100 km südöstlich von Australien gelegen ist. Es besitzt eine Landfläche von ca. 270 tsd. km<sup>2</sup>, die sich größtenteils auf zwei Hauptinseln (Nordinsel und Südinsel) aufteilt. Neuseeland hat ca. 4,8 Mio. Einwohner und ist mit 18 Einwohnern/km<sup>2</sup> dünn besiedelt (Deutschland: 231 Einwohner/km<sup>2</sup>). Über drei Viertel der Neuseeländer wohnen auf der Nordinsel. Die mit Abstand größte Stadt des Staates ist Auckland (1,57 Mio.). Die zweitgrößte Stadt ist Christchurch mit ca. 370 tsd. Einwohnern. Die Hauptstadt Neuseelands ist Wellington. Während ca. 64 % der in Neuseeland lebenden Menschen europäischen Ursprungs sind,

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

stammen etwa 16 % von den Maori ab, der indigenen Bevölkerung des Landes.<sup>1</sup> Ein nicht zu vernachlässigender Teil der Bevölkerung ist chinesischen (4,9 %), indischen (4,7 %) und samoanischen (3,9 %) Ursprungs.<sup>2</sup> Amtssprachen sind die maorische Sprache sowie die neuseeländische Gebärdensprache. Englisch, das von 96 % der Bevölkerung gesprochen wird, fungiert als de-facto-Amtssprache und als Geschäftssprache.

Neuseeland ist eine parlamentarisch-demokratische Monarchie. Regierungschefin ist seit Oktober 2017 Jacinda Ardern von der Labour Party. Sie wurde im Oktober 2020 für drei Jahre wiedergewählt. Seitdem regiert die Labour Party allein mit einer absoluten Mehrheit. Neuseeland ist Mitglied des Commonwealth of Nations, sodass Königin Elizabeth II. als Königin von Neuseeland seit Februar 1952 das Amt des Staatsoberhauptes bekleidet. Vertreten wird sie von Dame Patricia Lee Reddy, der Generalgouverneurin und Obersten Befehlshaberin in Neuseeland. In soziopolitischer Hinsicht ist Neuseeland eine reformfreudige und moderne Demokratie.<sup>3</sup> Das Land nimmt Rang 14 im Human Development Index ein und zählt somit zu den sehr hoch entwickelten Staaten (Deutschland: Rang 4).<sup>4</sup> Im Corruption Perceptions Index 2019 steht Neuseeland auf dem ersten Platz (Deutschland: Rang 9).<sup>5</sup> Korruption ist in Neuseeland demnach praktisch nicht existent.

**Tabelle 1: Wirtschaftskurzdaten Neuseeland (Stand: 2019)**

	<b>Neuseeland</b>	<b>Deutschland</b>
<b>Einwohner (Mio.)</b>	4,8	83,5
<b>Bevölkerungswachstum (%)</b>	0,8	0,19
<b>Währung</b>	Neuseeland-Dollar (NZD) 1 NZD = 0,57 EUR 1 NZD = 0,66 US-Dollar (USD)	Euro (EUR) 1 EUR = 1,75 NZD
<b>Inflationsrate (%)</b>	1,6	1,4
<b>Bruttoinlandsprodukt (BIP, in Mrd. USD)</b>	204,7	3.436
<b>BIP pro Kopf (nominal, in USD)</b>	35.526	46.068
<b>Bruttonationaleinkommen (USD pro Einwohner)</b>	39.410	57.690

<sup>1</sup> Central Intelligence Agency (2020): „The World Factbook New Zealand“, unter <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/nz.html#field-anchor-people-and-society-ethnic-groups>, aufgerufen am 11.11.2020.

<sup>2</sup> Central Intelligence Agency (2020), a. a. O.

<sup>3</sup> Auswärtiges Amt (2020), a. a. O.

<sup>4</sup> United Nations Development Programme (2019): „2019 Human Development Index Ranking“, unter <http://hdr.undp.org/en/content/2019-human-development-index-ranking>, aufgerufen am 28.10.2020.

<sup>5</sup> Transparency International (2020): „Corruption Perceptions Index“, unter <https://www.transparency.org/en/cpi/2019/results/table>, aufgerufen am 28.10.2020.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

	Neuseeland	Deutschland
<b>Wirtschaftswachstum nach Sektoren (real, in %, 2018)</b>	Industrie: 1,9 Land-/Forst-/Fischwirtschaft: 8,5 Bau: 3,8 Handel/Gaststätten/Hotels: 3,6	Industrie: 1,3 Land-/Forst-/Fischwirtschaft: -1,3 Bau: 3,4 Handel/Gaststätten/Hotels: 2,2

Quelle: Germany Trade and Invest (GTAI) (2020), Organisation for Economic Co-operation and Development (2020), eigene Darstellung

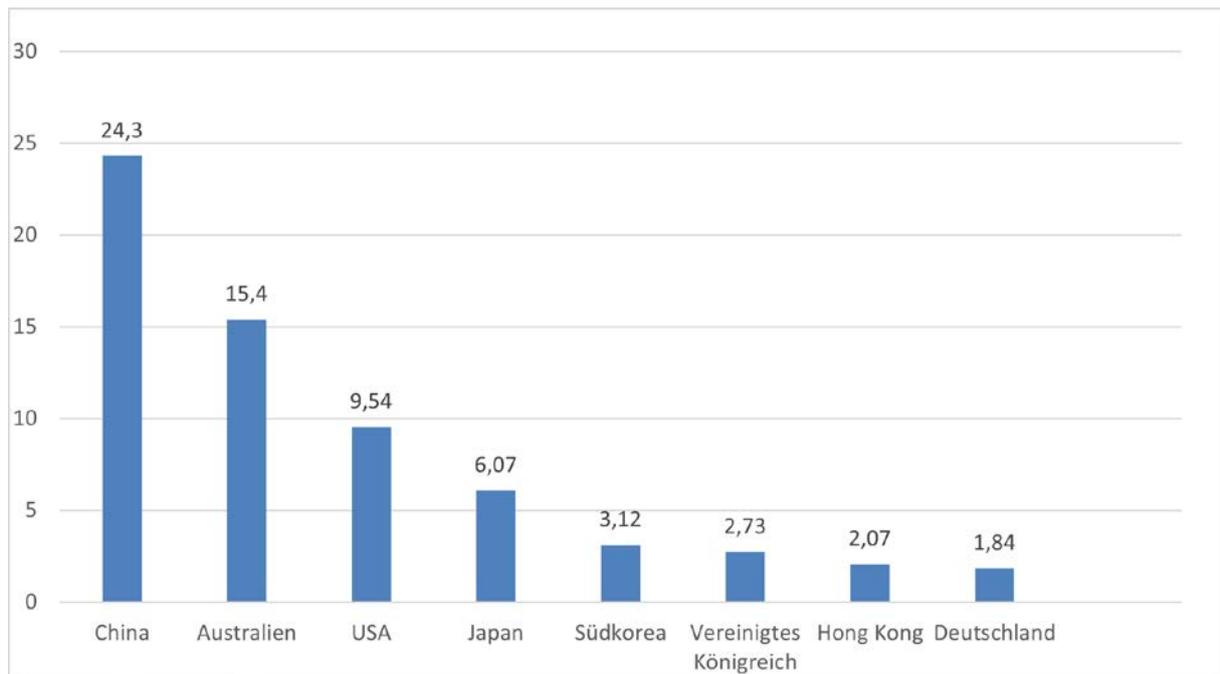
Der Agrarsektor stellt traditionell das Fundament der neuseeländischen Wirtschaft dar und macht 5,4 % des BIP aus. Zugleich ist die Industrie mit einem Anteil von 9,8 % am BIP verhältnismäßig stark ausgeprägt. Rund 67 % des BIP werden im Dienstleistungssektor erwirtschaftet, welcher als Wachstumsmotor gilt.

Die Wirtschaft Neuseelands ist stark auf den Export ausgerichtet. Hierbei entfallen 70 % der neuseeländischen Exporte auf land- und forstwirtschaftliche Erzeugnisse sowie Lebensmittel. Der südwestpazifische Staat ist beispielsweise der weltgrößte Exporteur von Molkereiprodukten (Milchpulver, Butter und Käse). Neben Obst- und Gemüseanbau spielt auch die Produktion von Fleisch (Lamm und Rind) eine wichtige Rolle.<sup>6</sup> Des Weiteren stellt der Maschinen- und Anlagenbau eine wirtschaftliche Stärke des Landes dar. Der Technologiesektor leistet bereits den drittgrößten Beitrag zu den Exporten. Das verarbeitende Gewerbe Neuseelands bedient häufig das Premiumsegment, sodass Exporte dieser Produkte regelmäßig hohe Preise erzielen. Trotz der großen Wichtigkeit der Exporte importiert Neuseeland mehr Güter (2019: 42,3 Mrd. USD) als es exportiert (2019: 39,5 Mrd. USD). Somit weist das Land einen negativen Leistungsbilanzsaldo vor. Klassische Importgüter Neuseelands sind Kraftfahrzeuge und Kraftfahrzeugteile, Maschinen und chemische Erzeugnisse, aber auch Nahrungsmittel. Im Jahr 2019 kamen 5,6 % der neuseeländischen Importe aus Deutschland.<sup>7</sup>

<sup>6</sup> GTAI (2019): „Wirtschaftsstruktur – Neuseeland“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/wirtschaftsumfeld/wirtschaftsstruktur/neuseeland/wirtschaftsstruktur-neuseeland-22476>, aufgerufen am 02.11.2020.

<sup>7</sup> GTAI (2020): „Wirtschaftsdaten Kompakt Neuseeland“, S. 3, unter [https://www.gtai.de/resource/blob/18374/27c4a28578f79795666fde3f748ded74/GTAI-Wirtschaftsdaten\\_Mai\\_2020\\_Neuseeland.pdf](https://www.gtai.de/resource/blob/18374/27c4a28578f79795666fde3f748ded74/GTAI-Wirtschaftsdaten_Mai_2020_Neuseeland.pdf), aufgerufen am 09.11.2020.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick



**Abbildung 2: Ausgewählte Exportdestinationen Neuseelands im Jahr 2018 (in % der Gesamtexporte)**

Quelle: Observatory of Economic Complexity (OEC) (2020), eigene Darstellung

Von großer Wichtigkeit ist auch der Tourismus, welcher direkt und indirekt zu 10,4 % des BIP beiträgt. Im Jahr 2018 verzeichnete das 4,8-Mio.-Einwohner-Land bereits 3,8 Mio. Touristen. Bis 2024 wird eine jährliche Besucherzahl von bis zu 5,1 Mio. erwartet.<sup>8</sup>

Geografisch gesehen konzentriert sich die wirtschaftliche Aktivität stark auf das „Goldene Dreieck“ der Nordinsel, bestehend aus den Städten Auckland, Tauranga und Hamilton. Hier lebt rund die Hälfte der neuseeländischen Bevölkerung. Auckland ist das Finanzzentrum und durch seine ausgedehnten Industriegebiete auch Zentrum des verarbeitenden Gewerbes (insbesondere Nahrungsmittel- und Verpackungsindustrie). In Tauranga befindet sich der größte Seehafen des Landes.<sup>9</sup>

Die wichtigsten Handelspartner von Neuseeland sind China, Australien und die USA. Darüber hinaus unterhält Neuseeland gute Handelsbeziehungen mit dem südostasiatischen Raum und schloss Freihandelsabkommen mit Malaysia, Singapur, den Philippinen, Vietnam, Taiwan, Thailand und Indonesien sowie anderen Staaten der Region ab. Im Jahr 2019 exportierte die Europäische Union (EU) Waren im Wert von 6 Mrd. EUR nach Neuseeland und importierte neuseeländische Güter im Wert von 3,3 Mrd. EUR.<sup>10</sup> Im Sommer 2018 begannen außerdem Verhandlungen über ein Handelsabkommen mit der EU.<sup>11</sup>

<sup>8</sup> GTAI (2019): „Wirtschaftsstruktur – Neuseeland“, a. a. O.

<sup>9</sup> GTAI (2019): „Wirtschaftsstruktur – Neuseeland“, a. a. O.

<sup>10</sup> Germany Trade and Invest (GTAI) (2020): „Wirtschaftsdaten Kompakt Neuseeland“, S. 4.

<sup>11</sup> Europäische Kommission: „EU und Neuseeland bringen Verhandlungen über ein Handelsabkommen auf den Weg“, unter [https://ec.europa.eu/germany/news/20180621-eu-und-neuseeland-handelsabkommen\\_de](https://ec.europa.eu/germany/news/20180621-eu-und-neuseeland-handelsabkommen_de), aufgerufen am 28.10.2020.

## 3.2 Wirtschaftslage und Aussichten

Neuseeland ist eine offene und marktwirtschaftlich organisierte Volkswirtschaft. Der Staat ist ein sehr attraktiver Markt für ausländische Investoren: Im Ease of Doing Business Ranking nimmt Neuseeland den ersten Platz ein,<sup>12</sup> im Index of Economic Freedom belegt es nach Singapur und Hongkong den dritten Platz.<sup>13</sup> In Verbindung mit der hohen politischen Stabilität und der praktisch nicht existenten Korruption wirkten sich diese Tatsachen positiv auf die wirtschaftliche Entwicklung Neuseelands aus. Zwischen 2017 – 2019 konnte die Wirtschaft zwischen 2,2 % - 3,8 % wachsen.<sup>14</sup> Die Arbeitslosigkeit lag 2019 bei 4,1 %, womit annähernd Vollbeschäftigung herrschte. Die Covid-19-Pandemie hat jedoch schwere Auswirkungen auf die ökonomische Lage und Entwicklung Neuseelands, obwohl die Pandemie das Land im Hinblick auf die Gesamtzahl der Infizierten nur schwach getroffen hat. So meldete das 4,8-Mio.-Einwohner-Land bisher 1.971 Infizierte und 25 Tote.<sup>15</sup> Diese vergleichsweise niedrigen Zahlen sind einem sehr strengen Lockdown mit Hausarrest und geschlossenen Grenzen zu verdanken.<sup>16</sup>

Die ökonomischen Kosten dieses Lockdowns sind hoch. Für das Jahr 2020 wird ein Rückgang des realen BIP von 7,2 % prognostiziert. Erst im Jahr 2021 soll die Wirtschaft wieder um 5,9 % wachsen.<sup>17</sup> Andere Schätzungen gehen von einem Rückgang um 4,6 – 5,8 % (2020) und von einem Wachstum von 5,1 % (2021) aus.<sup>18</sup> Gleichzeitig steigt die Arbeitslosenquote auf voraussichtlich 9,2 % (2020) an, was der höchste Stand seit 27 Jahren ist. Für 2021 wird ein Rückgang der Arbeitslosigkeit auf 6,8 % prognostiziert.<sup>19</sup> Problematisch für die neuseeländische Wirtschaft, die stark vom Export abhängt, sind die weltweiten wirtschaftlichen Rezessionen in wichtigen Abnehmerländern, v. a. in China, Australien, USA und anderen asiatischen Staaten, welche sinkende Weltmarktpreise bewirken. Bei den Exporterlösen wird für das Jahr 2020 daher ein Minus von ca. 12 % erwartet.<sup>20</sup>

Zur Ankurbelung der Wirtschaft hat die neuseeländische Regierung Rettungsmaßnahmen (Covid-19 Response and Recovery Fund) in Höhe von insgesamt 40 Mrd. USD angekündigt, welche bis Juni 2021 greifen sollen. Dies entspricht ca. 20 % des BIP. Wichtige Elemente sind ein beschleunigter Ausbau der Infrastruktur und der Neubau von 8 tsd. neuen sozialen

<sup>12</sup> The World Bank Group: „Ease of Doing Business rankings“, unter <https://www.doingbusiness.org/en/rankings>, aufgerufen am 02.11.2020.

<sup>13</sup> The Heritage Foundation: „2020 Index of Economic Freedom“, unter <https://www.heritage.org/index/>, aufgerufen am 02.11.2020.

<sup>14</sup> GTAI (2020): „Wirtschaftsdaten Kompakt Neuseeland“, S. 2.

<sup>15</sup> John Hopkins University & Medicine (2020): „World Countries New Zealand“, unter <https://coronavirus.jhu.edu/region/new-zealand>, aufgerufen am 04.11.2020.

<sup>16</sup> Tagesschau (2020): „Parlamentwahl in Neuseeland Historischer Wahlsieg für Ardern“, unter <https://www.tagesschau.de/ausland/neuseeland-wahl-ardern-103.html>, aufgerufen am 04.11.2020.

<sup>17</sup> GTAI (2020): „Wirtschaftsdaten Kompakt Neuseeland“, S. 2.

<sup>18</sup> GTAI (2020): „Covid-19: Allgemeine Situation und Konjunktorentwicklung“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/specials/special/neuseeland/covid-19-allgemeine-situation-und-konjunkturentwicklung-247160>, aufgerufen am 04.11.2020.

<sup>19</sup> GTAI (2020): „Wirtschaftsdaten Kompakt Neuseeland“, S. 2.

<sup>20</sup> GTAI (2020): „Wirtschaft hofft auf Belebung durch Lockerung der Coronamaßnahmen“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/wirtschaftsumfeld/wirtschaftsausblick/neuseeland/wirtschaft-hofft-auf-belebung-durch-lockerung-der-coronamaassnahmen-253916>, aufgerufen am 04.11.2020.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Wohneinheiten.<sup>21</sup> Des Weiteren senkt die Notenbank Reserve Bank of New Zealand den Leitzins auf ein historisches Tief von 0,25 % und kauft zum ersten Mal in der Geschichte Staatsanleihen in Höhe von bis zu 100 Mrd. NZD (58,8 Mrd. EUR).<sup>22</sup>

In sektoraler Hinsicht ist insbesondere der Tourismus stark betroffen. Durch die Grenzsicherungen infolge von Covid-19 ist der Fremdenverkehr vollständig zum Erliegen gekommen. Zuletzt kamen noch ca. 3,8 Mio. Besucher pro Jahr in das Land. Eine Wiederaufnahme des Tourismus in Vorkrisendimensionen ist erst bei Verfügbarkeit eines Impfstoffes zu erwarten. Um die negativen Folgen abzufedern, werden nun mit dem Tourism Recovery Package 260 Mio. USD zur Verfügung gestellt.<sup>23</sup>

Mittlerweile profitiert die exportorientierte neuseeländische Wirtschaft jedoch von der Tatsache, dass sich mehrere Länder Asiens, wie China, Südkorea, Taiwan und Hongkong, von der Covid-19-Pandemie erholt haben und aufgrund der Erfahrung mit früheren Epidemien ein gutes Krisenmanagement vorweisen. Dies gilt insbesondere für China, da die Volksrepublik die zahlenmäßig größte Exportdestination von Neuseeland darstellt. Die Regierung Neuseelands sieht in diesem Zusammenhang Chancen für neuseeländische Exportunternehmen, ihre Marktanteile im asiatischen Raum auszubauen. Hervorzuheben sind jedoch Unzuverlässigkeiten und höhere Kosten in der Logistik (v. a. im Flugverkehr) und anhaltende Einreisesperren.<sup>24</sup>

Unabhängig von Covid-19 wird erwartet, dass die Produktionsmenge der Molkereiwirtschaft im Jahr 2020 minimal sinken und danach mittelfristig stagnieren wird. Dies hat neben dem sinkenden Milchpreis den Grund, dass viele Betriebe in den letzten Jahren modernisiert wurden und sich deshalb die Gesamtmilchmenge bereits auf einem hohen Niveau befindet. Über 90 % der Molkereiprodukte werden exportiert. Das Unternehmen Fonterra dominiert mit einem Marktanteil von 80 % die neuseeländische Molkereiwirtschaft und betreibt neuseelandweit 30 Fertigungsanlagen. Experten sehen in den nächsten Jahren gute Wachstumschancen für kleinere Molkereibetriebe (Open Country Dairy, Synlait und Oceania). Stärker wird der Einfluss chinesischer Unternehmen durch Teilhaber an Unternehmen in Neuseeland.<sup>25</sup>

---

<sup>21</sup> GTAI (2020): „Covid-19: Allgemeine Situation und Konjunktorentwicklung“.

<sup>22</sup> GTAI (2020): „Covid-19: Maßnahmen der Regierung“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/specials/special/neuseeland/covid-19-massnahmen-der-regierung-247156>, aufgerufen am 04.11.2020.

<sup>23</sup> GTAI (2020): „Covid-19: Maßnahmen der Regierung“, a. a. O.

<sup>24</sup> New Zealand Trade and Enterprise (2020): „COVID-19 / CORONAVIRUS MARKET UPDATE – ASIA“, unter <https://covid19.nzte.govt.nz/page/asia>, aufgerufen am 04.11.2020.

<sup>25</sup> GTAI (2019): „Neuseelands Nahrungsmittelindustrie will grüner werden“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/branchen/branchenbericht/neuseeland/neuseelands-nahrungsmittelindustrie-will-gruener-werden-115496>, aufgerufen am 04.11.2020.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Im Agrarsektor ist infolge der stetig steigenden Plantagenfläche von Obst und Gemüse (insbesondere Äpfel, Kirschen, Kiwis und Avocados) in Zukunft von wachsenden Exporterlösen auszugehen.<sup>26</sup> Insbesondere die Kiwiernte soll bis 2024 um 25 % steigen.<sup>27</sup>

### 3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion

Die Molkereiwirtschaft ist der wichtigste Wirtschaftszweig der Lebensmittelwirtschaft Neuseelands. In ganz Neuseeland gibt es ca. 11.370 Milchkuhherden, wobei eine Herde im Durchschnitt 435 Kühe umfasst.<sup>28</sup> Insgesamt leben also 4,95 Mio. Kühe in Neuseeland. Während die Nordinsel 58 % der Milchkühe beherbergt, befinden sich 42 % der Kühe auf der Südinsel. Die Region Waikato (Verwaltungssitz: Hamilton) im nordwestlichen Teil der Nordinsel ist das Zentrum der Molkereiwirtschaft: Allein dort befinden sich 29 % der Herden.<sup>29</sup> Canterbury im Westen der Südinsel und Taranaki im Südosten der Nordinsel sind weitere wichtige Weideregionen. Im Jahr 2019 wurden bei einer Gesamtproduktion von Molkereiprodukten im Volumen von ca. 3,21 Mio. t die folgenden Produkte am häufigsten hergestellt: Vollmilchpulver (1,41 Mio. t), Butter (0,53 Mio. t), Magermilchpulver (0,4 Mio. t) und Käse (0,38 Mio. t).<sup>30</sup>

Das darüber hinaus wichtige Standbein der Lebensmittelwirtschaft Neuseelands, der Obstanbau, hat sein Anbau- und Verarbeitungszentrum schwerpunktmäßig auf der Nordinsel. Insbesondere sind die Region Bay of Plenty im Nordosten und die Region Hawke's Bay im Osten der Nordinsel hervorzuheben.<sup>31</sup> Beinahe die Hälfte aller Kartoffeln wird in den Regionen Canterbury und West Coast (Südinsel) angebaut.<sup>32</sup>

Der Weinanbau bzw. die Weinproduktion konzentriert sich auf den Norden der Südinsel (Distrikt Marlborough und Stadt Nelson) und auf die Region Otago im Süden der Südinsel. Auf der Nordinsel ist die Region Hawke's Bay ein Zentrum der Weinwirtschaft. Im Allgemeinen ist Auckland das Zentrum der Nahrungsmittelverarbeitung und zu einem geringeren Ausmaß der Ballungsraum Wellington im Süden der Nordinsel.<sup>33</sup>

---

<sup>26</sup> GTAI (2019): „Wirtschaftsstruktur – Neuseeland“.

<sup>27</sup> GTAI (2020): „Nur wenige Sektoren mit Lichtblicken“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/branchen/branchencheck/neuseeland/nur-wenige-sektoren-mit-lichtblicken-255336>, aufgerufen am 04.11.2020.

<sup>28</sup> Dairy NZ (2019): „QuickStats about dairying – NEW ZEALAND“, unter <https://www.dairynz.co.nz/media/5792398/quickstats-about-dairying-new-zealand-2019.pdf>, aufgerufen am 04.11.2020.

<sup>29</sup> Dairy NZ (2019): „QuickStats about dairying – NEW ZEALAND“.

<sup>30</sup> GTAI (2019): „Neuseelands Nahrungsmittelindustrie will grüner werden“.

<sup>31</sup> GTAI (2019): „Wirtschaftsstruktur – Neuseeland“.

<sup>32</sup> Potatoes New Zealand (2020): „Industry Values & Overview“, unter <https://potatoesnz.co.nz/administration/industry-values/>, aufgerufen am 10.11.2020.

<sup>33</sup> GTAI (2019): „Wirtschaftsstruktur – Neuseeland“.

### 3.4 Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Nach Neuseeland eingeführte Lebensmittel unterliegen Zöllen und Abgaben sowie strengen Kontrollen beim Importprozess. Hierdurch soll die einheimische Flora und Fauna geschützt werden. Strenge Vorgaben gelten nicht nur für die Lebensmittelprodukte an sich, sondern auch für Holzverpackungen und Frachtcontainer. Diese müssen entweder begast oder einer Wärmebehandlung unterzogen werden, um das Einschleppen von Insekten oder anderen Lebewesen zu verhindern.<sup>34</sup>

Süßwaren können als Lebensmittel nur von einem Importeur mit Sitz in Neuseeland mit Zulassung durch das zuständige neuseeländische Ministerium MPI (Ministry for Primary Industries, zuständig u. a. für Landwirtschaft, biologische Sicherheit und Lebensmittelsicherung) eingeführt werden. Der Importeur ist für die Einhaltung der Vorschriften und Standards verantwortlich. Dies betrifft Transport, Lagerung, Etikettierung, Dokumentationen und ein Rückrufverfahren. Details zum Registrierungsverfahren stellt das MPI online bereit: <https://www.mpi.govt.nz/importing/food/register-as-a-food-importer/>. Außerdem stellt das MPI eine Liste mit allen registrierten Lebensmittelimporteuren zur Verfügung.

Der neuseeländische Zoll erhebt Abgaben auf importierte Lebensmittel aus Deutschland. Hierbei gelten einheitliche Zollsätze für Exporte aus der EU. Der Zollsatz für Süßwaren (Kekse, Waffeln, Gebäck, Zuckerwaren und Schokolade) beträgt 5 %.<sup>35</sup> Bemessungsgrundlage ist in der Regel der Transaktionspreis der Ware (tatsächlich gezahlter oder zu zahlender Preis ohne Transport- und Versicherungskosten). Weiterhin ist es möglich, Importwaren in einem Zolllager in Neuseeland zu lagern. In diesem Fall sind die Einfuhrabgaben erst dann zu bezahlen, wenn die Ware aus dem Zolllager ausgeführt wird.<sup>36</sup> Eine Übersicht über vorhandene Zolllager stellt der neuseeländische Zoll bereit: <https://www.customs.govt.nz/business/customs-controlled-areas/>. Neben den Zollabgaben wird der Mehrwertsteuersatz (Goods and Service Tax, GST) von 15 % auf alle nach Neuseeland importierten Waren fällig. Im Zuge des in der Verhandlung stehenden Handelsabkommen zwischen der EU und Neuseeland ist zu erwarten, dass die Zollabgaben mit Inkrafttreten des Abkommens entfallen werden. So gelten für Staaten, mit denen Neuseeland Handelsabkommen unterhält (u. a. Australien, China, Hongkong, Malaysia, Singapur, Thailand und Taiwan) keine Zölle.

<sup>34</sup> GTAI (2020): „Zoll und Einfuhr kompakt – Neuseeland“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/zoll/zoll-und-einfuhr-kompakt/zoll-und-einfuhr-kompakt-neuseeland-230034>, aufgerufen am 09.11.2020.

<sup>35</sup> New Zealand Customs Service (2020): „SECTION IV“, unter <https://www.customs.govt.nz/globalassets/documents/tariff-documents/working-tariff-document-2018/section-iv-1-july-2020.pdf>, aufgerufen am 10.11.2020.

<sup>36</sup> GTAI (2020): „Zoll und Einfuhr kompakt – Neuseeland“, unter <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/zoll/zoll-und-einfuhr-kompakt/zoll-und-einfuhr-kompakt-neuseeland-230034>, aufgerufen am 10.11.2020.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Für den Vertrieb von Süßwaren ist eine Etikettierung mit den folgenden Angaben erforderlich: genaue Bezeichnung oder Beschreibung, Name und Adresse des importierenden Unternehmens (Sitz in Neuseeland oder Australien), Chargennummer, Haltbarkeitsdatum, Information zu korrekter Lagerung, Inhaltsstoffe, Angabe von Allergenen, Nährwertangaben sowie Angaben zu gentechnischer Veränderung und Bestrahlung. Das Etikett muss auf Englisch beschriftet und einfach zu lesen sein.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> New Zealand Food Safety (2018): „A guide to Food Labelling“, unter <https://www.mpi.govt.nz/dmsdocument/2965-A-guide-to-food-labelling>, aufgerufen am 09.11.2020.

### 4. Süßwarenindustrie

#### 4.1 Kurze Einführung in den Markt

Neuseeländer konsumieren typischerweise ein großes Frühstück und ein auslandendes Abendessen. Zwischen den Mahlzeiten sind Snacks und Süßigkeiten sehr beliebt. Im Bereich Süßwaren sind v. a. allem Schokolade und kakaohaltige Produkte sehr stark nachgefragt. Schokolade ist zudem Bestandteil vieler traditioneller Desserts, wie bspw. Afghan Biscuits (Kekse aus zerkleinerten Cornflakes, Butter und Kakao, die mit Schokolade überzogen sind). V. a. beliebt sind Produkte der Schokoladenhersteller Cadbury und Whittaker Chocolate. Cadbury produzierte u. a. die hauptsächlich in Australien und Neuseeland bekannten Pineapple Lumps, die unter der Marke Pascall vertrieben werden. Hierbei handelt es sich um Schokolade gefüllt mit einer Ananascreme.<sup>38</sup> Sowohl Cadbury als auch Pascall gehören mittlerweile zum US-amerikanischen Lebensmittelkonzern Mondelez International.

Generell sind heimische Süßwaren bei den Neuseeländern äußerst beliebt, doch auch vor dem neuseeländischen Markt macht der globale Trend hin zu einer gesünderen Ernährung nicht Halt. So lässt sich beobachten, dass das Interesse an qualitativ hochwertigen Schokoladenprodukten zugenommen hat und auch das Bewusstsein für die Herkunft der Waren für viele Konsumenten eine größere Rolle spielt. Nachhaltigkeit und faire Produktionsbedingungen sind hier die Stichwörter. Immer mehr Marken verwenden daher lokale Zutaten wie z. B. Manuka-Honig. Viele Hersteller verzichten zudem auf Palmöl oder legen eigene Programme für fair produzierten Kakao auf.<sup>39</sup>

#### 4.2 Überblick über die lokale Produktion

Die Anzahl der neuseeländischen Hersteller im Bereich der Zucker- und Süßwarenindustrie hat in den Jahren seit 2000 insgesamt stark zugenommen. Waren es im Jahr 2000 noch 78 Hersteller, so stieg die Zahl 2019 auf 108 Unternehmen in diesem Zweig.<sup>40</sup> Auch rückblickend auf die Jahrzehnte vor den 2000ern wird deutlich, dass die Anzahl der Unternehmen noch nie so stark gewachsen ist wie heute. Die ersten Süßwarenhersteller, vorrangig aus dem Segment Schokolade, gründeten sich Mitte des 19. Jahrhunderts und ihre Zahl stieg bis 1932 auf knapp 60 an. Einen Tiefstand erreichte die Herstellerzahl im Jahr 1979, mit knapp unter 40 Unternehmen. Seither stieg die Zahl jedoch nahezu jährlich wieder an, seit 2001 um jährlich rund 3 %.<sup>41</sup>

<sup>38</sup> TasteAtlas (2020): „Most Popular New Zealand Desserts“, unter <https://www.tasteatlas.com/most-popular-desserts-in-new-zealand>, aufgerufen am 10.11.2020.

<sup>39</sup> Coriolis (2018): „Investment Opportunities in the New Zealand Chocolate Industry 2018“, unter <https://www.mbie.govt.nz/assets/a473d2d55e/investment-opportunities-nz-chocolate-industry.pdf>, aufgerufen am 10.11.2020.

<sup>40</sup> Figure.nz (2020): „Enterprises in the sugar and confectionery manufacturing industry in New Zealand“, unter <https://figure.nz/chart/TW0xisEu03j4YW09-DVnPFQsM6FZlzAe0>, aufgerufen am 06.11.2020.

<sup>41</sup> Coriolis (2018): „Investment Opportunities in the New Zealand Chocolate Industry 2018“, unter <https://www.mbie.govt.nz/assets/a473d2d55e/investment-opportunities-nz-chocolate-industry.pdf>, aufgerufen am 10.11.2020.

#### 4. Süßwarenindustrie

Mit zu den ältesten Unternehmen zählt der Schokoladenhersteller Whittaker's, der im Jahr 1896 gegründet wurde, und der Süßwarenhersteller Rainbow, gegründet 1884. Zu den jüngsten Herstellern zählen u. a. Kako Chocolate und Hogarth Chocolate.<sup>42</sup>

Geografisch gesehen konzentrieren sich die meisten Hersteller in Auckland (36), wie aus Abbildung 3 hervorgeht. Mit jeweils 12 Herstellern liegen Wellington, ebenfalls auf der Nordinsel, und die Region Canterbury, auf der Südinsel, auf Platz zwei.

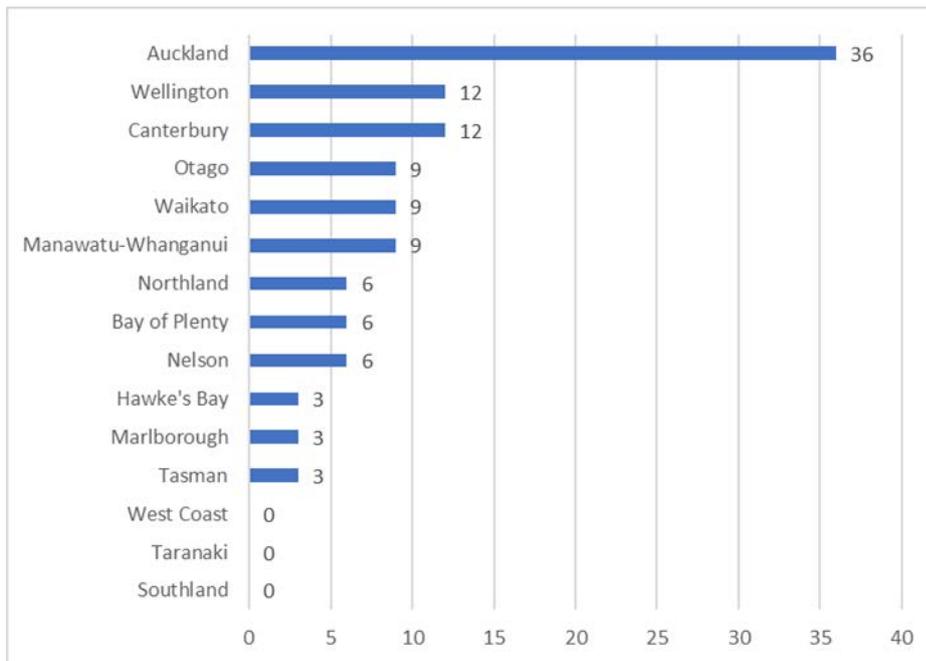


Abbildung 3: Geografische Verteilung der neuseeländischen Süßwarenhersteller (Stand 2019)

Quelle: Figure.nz (2020), eigene Darstellung

### 4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Der Umsatz im Süßwarenssegment in Neuseeland belief sich im Jahr 2018 auf 1,05 Mrd. NZD mit durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten von 2,33 %. Der größte Marktanteil entfiel auf die Kategorie Schokolade. Für diesen Bereich wird zudem in den kommenden Jahren das stärkste Umsatzwachstum erwartet. Schokoladenprodukte haben seit dem Jahr 2010 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 1,9 % verzeichnet. Gummi-Süßwaren, Pastillen, Kaugummis und Gelees sind die bevorzugten Segmente in der Kategorie Zuckerwaren, gefolgt von der Kategorie Mints. Kaugummis verzeichnen seit dem Jahr 2010 ebenfalls ein stetiges Wachstum mit durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten von 3,2 %. Hier wird eine Fortsetzung des Wachstums erwartet.<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Coriolis (2018): a. a. O.

<sup>43</sup> Research and Markets (2019): „New Zealand Confectionery Market Analysis (2013-2023)“, unter <https://www.researchandmarkets.com/reports/4750242/new-zealand-confectionery-market-analysis-2013#:~:text=In%202018%2C%20the%20New%20Zealand,CAGR%20of%201.9%25%20since%202010.>, aufgerufen am 13.11.2020.

#### 4. Süßwarenindustrie

Insgesamt sind die Preise im Süßwarenssegment über den Verlauf seit 2010 leicht angestiegen. Im Juni 2010 kostete eine Tafel Schokolade von 250 g im Supermarkt noch 3,57 NZD (umgerechnet 2,07 EUR zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie). Im gleichen Monat 2020 lag der Preis bei 4,40 NZD (2,55 EUR).<sup>44</sup> Der Preisverlauf ist in Abbildung 4 dargestellt.

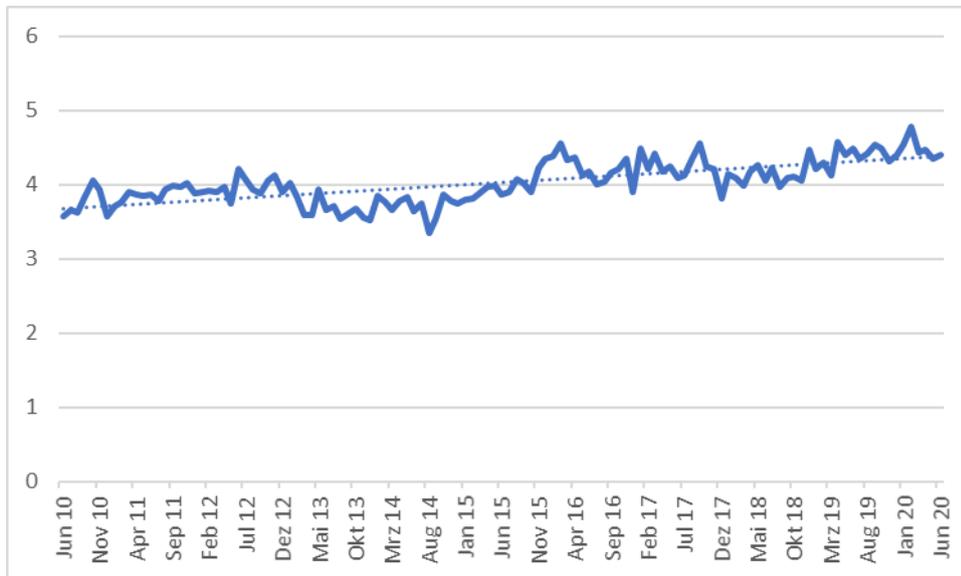


Abbildung 4: Preisentwicklung einer Tafel Schokolade 250 g in Neuseeland (in NZD, Juni 2010 – Juni 2020)

Quelle: Figure.nz (2020), eigene Darstellung

Betrachtet man die Gesamtausgaben der neuseeländischen Haushalte im Vergleich zu 2014, lässt sich beobachten, dass der Anteil der Gruppe Süßwaren, Nüsse und Snacks auch hier angestiegen ist. Im Jahr 2014 entfielen 8,15 % der Gesamtausgaben auf diese Gruppe, 2017 waren es 8,49 %.<sup>45</sup> Diese Entwicklung ist vermutlich auf die steigenden Preise im Segment zurückzuführen. Der Preisindex für die Gruppe Süßwaren, Nüsse und Snacks stieg im November 2019 im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 %.<sup>46</sup>

#### 4.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Die Nahrungsmittelindustrie spielt für Neuseeland eine enorm wichtige wirtschaftliche Rolle. Exporte im Bereich Nahrungsmittel und Getränke machten im Jahr 2019 fast die Hälfte aller Exporte (59,9 Mrd. NZD, umgerechnet 34,9 Mrd. EUR) des Landes aus. Die gesamten neuseeländischen Importe lagen 2019 bei rund 64,4 Mrd. NZD (umgerechnet 37,5 Mrd. EUR). Zum Vergleich: Exporte und Importe für Deutschland lagen im selben Jahr

<sup>44</sup> Figure.nz (2020): „Retail price of blocks of chocolate in New Zealand“, unter <https://figure.nz/chart/WNZOpEoBKRyz4hBh-rsVtzPpMe500V9hq>, aufgerufen am 10.11.2020.

<sup>45</sup> Stats NZ (2020): „Food expenditure weights“, unter <https://www.stats.govt.nz/methods/food-price-index-review-2020>, aufgerufen am 10.11.2020.

<sup>46</sup> Stats NZ (2020): „Food Price Index“, unter <https://www.stats.govt.nz/methods/food-price-index-review-2020>, aufgerufen am 10.11.2020.

#### 4. Süßwarenindustrie

bei jeweils 1.327,6 Mrd. EUR und 1.104,1 Mrd. EUR. Abbildung 5 zeigt die Entwicklung der neuseeländischen Exporte und Importe der HS-Warengruppe 1704, Zuckerwaren ohne Kakaogehalt, einschl. weiße Schokolade, im Zeitraum 2013 – 2019.

Die Süßwaren-Exporte sind im gesamten Verlauf von 2013 – 2019 leicht angestiegen, mit einem Höchstwert im Jahr 2017 von 62,3 Mio. USD. Diese Zahl sank 2018 und 2019 auf den Stand von 54,3 Mio. USD.<sup>47</sup> Grund hierfür dürfte z. B. auch die Verlagerung von Produktionsstandorten von Neuseeland nach Australien sein. Australien ist traditionell der stärkste Abnehmer bei den neuseeländischen Exporten im Bereich Süßwaren, wie aus Abbildung 6: Zielländer neuseeländischer Exporte im Bereich Süßwaren im Jahr 2019 (HS-Code 1704, in Mio. USD) hervorgeht. Mit großem Abstand hinter Australien folgen an zweiter Stelle die USA (10,1 Mio. USD), China an dritter Stelle mit 2,7 Mio. USD und Hongkong mit 1,2 Mio. USD an vierter Stelle. Deutschland importierte 2019 Süßwaren im Wert von 339.848 USD aus Neuseeland und lag damit an zehnter Position der Zielländer.<sup>48</sup>

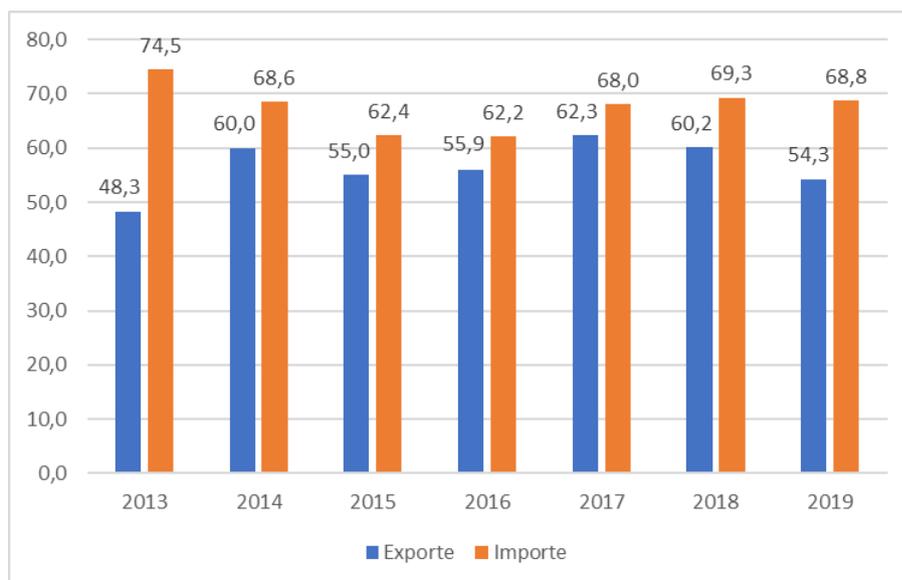


Abbildung 5: Neuseeländische Ex- und Importe von Süßwaren (HS-Code 1704, in Mio. USD)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

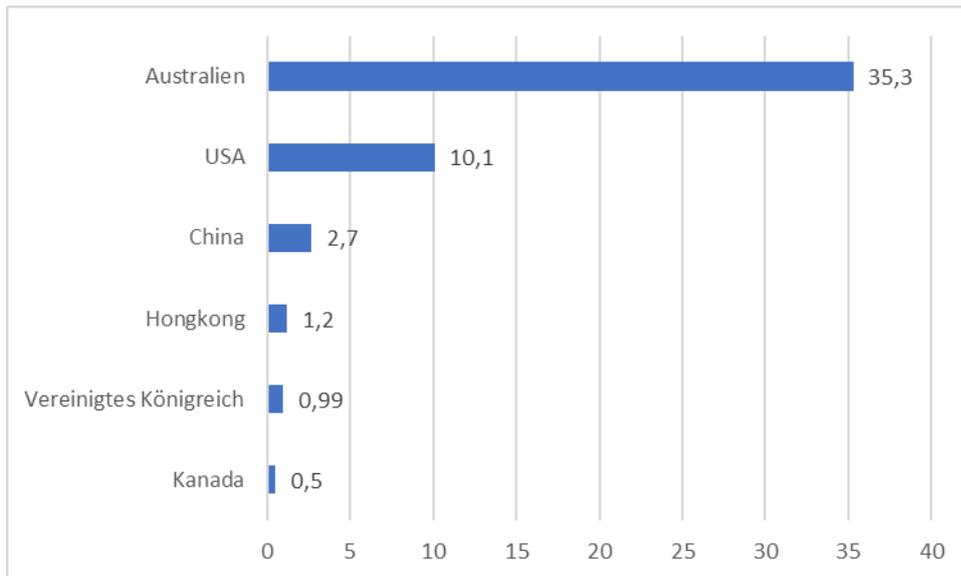
Die Importe im Bereich Süßwaren unterlagen im zeitlichen Verlauf von 2013 – 2019 Schwankungen, sind insgesamt jedoch zurückgegangen. Lagen die Importe 2013 noch bei 74,5 Mio. USD, sind sie 2019 auf 68,8 Mio. USD zurückgegangen.<sup>49</sup> Auch in Neuseeland hält der Trend hin zu einer gesünderen Ernährung an, was sich auch in diesen Zahlen widerspiegeln dürfte.

<sup>47</sup> UNComtrade (2020): „UN Comtrade Database, HS 1704“, unter <https://comtrade.un.org/data/>, aufgerufen am 10.11.2020.

<sup>48</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

<sup>49</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

#### 4. Süßwarenindustrie



**Abbildung 6: Zielländer neuseeländischer Exporte im Bereich Süßwaren 2019 (HS-Code 1704, in Mio. USD)**

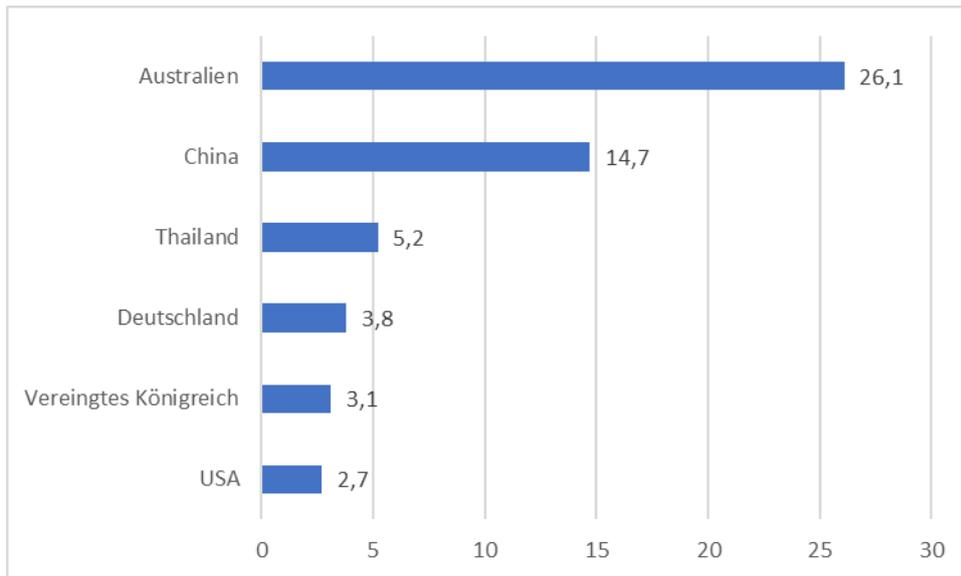
Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Bei den Herkunftsländern der neuseeländischen Süßwarenimporte zeichnet sich ein leicht abweichendes Bild von dem der Exporte ab (vgl. Abbildung 7). Australien und China liegen auch hier auf den ersten beiden Plätzen mit Lieferungen in Höhe von 26,1 Mio. USD, bzw. 14,7 Mio. USD. Den dritten Platz nimmt Thailand mit Lieferungen im Wert von 5,2 Mio. USD ein. Deutschland fällt im Bereich Importe auf den vierten Platz, mit einem Wert von 3,8 Mio. USD an Süßwaren, die nach Neuseeland geliefert werden.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

#### 4. Süßwarenindustrie



**Abbildung 7: Herkunftsländer neuseeländische Importe im Bereich Süßwaren 2019 (HS-Code 1704, in Mio. USD)**

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Betrachtet man nun die Ex- und Importe in der HS-Warengruppe 1806, welche Schokoladen und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen umfasst, ist zunächst auffallend, dass die Importzahlen deutlich höher liegen als im Bereich der konventionellen Zuckerwaren (vgl. Abbildung 8). Seit 2015 ist die Zahl der Importe angestiegen von 153 Mio. USD auf 166,2 Mio. USD.<sup>51</sup> Neuseeland ist bei den Importen im Bereich Schokolade natürlicherweise auf Rohstoffe wie Kakao angewiesen, die entsprechend eingeführt werden müssen. An den gestiegenen Importen lässt sich somit ebenfalls eine verstärkte Nachfrage nach Schokolade und sonstigen kakaohaltigen Produkten in Neuseeland ablesen.

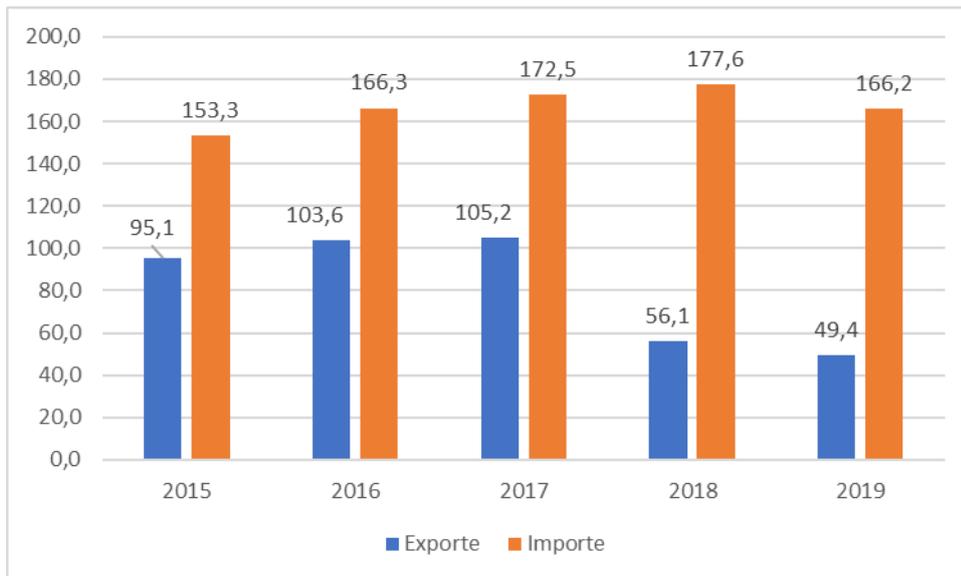
Die Exporte im Bereich Schokolade sind in den Jahren 2015 – 2017 jährlich angestiegen, von 95,1 Mio. USD auf 105,2 Mio. USD. Im Jahr 2018 sind die Exporte allerdings stark eingebrochen auf 56,1 Mio. USD und lagen im Jahr 2019 bei 49,4 Mio. USD.<sup>52</sup> Mit ein Grund für diesen Einbruch ist die Verlegung einiger Produktionsstandorte nach Australien, wie es beispielsweise Mondelez International mit einer Schokoladenfabrik der Marke Cadbury im neuseeländischen Dunedin gemacht hat. Der Produktionsstandort wurde im Jahr 2018 geschlossen, da die hier produzierte Schokolade überwiegend nach Australien exportiert wurde.<sup>53</sup>

<sup>51</sup> UNComtrade (2020): „UN Comtrade Database, HS 1806“, unter <https://comtrade.un.org/data/>, aufgerufen am 10.11.2020.

<sup>52</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

<sup>53</sup> Stuff.nz (2018): „Death of a chocolate factory: No fairy tale ending for cadbury workers“, unter <https://www.stuff.co.nz/business/102393223/death-of-a-factory-the-rise-and-fall-of-dunedins-cadbury-factory>, aufgerufen am 11.11.2020.

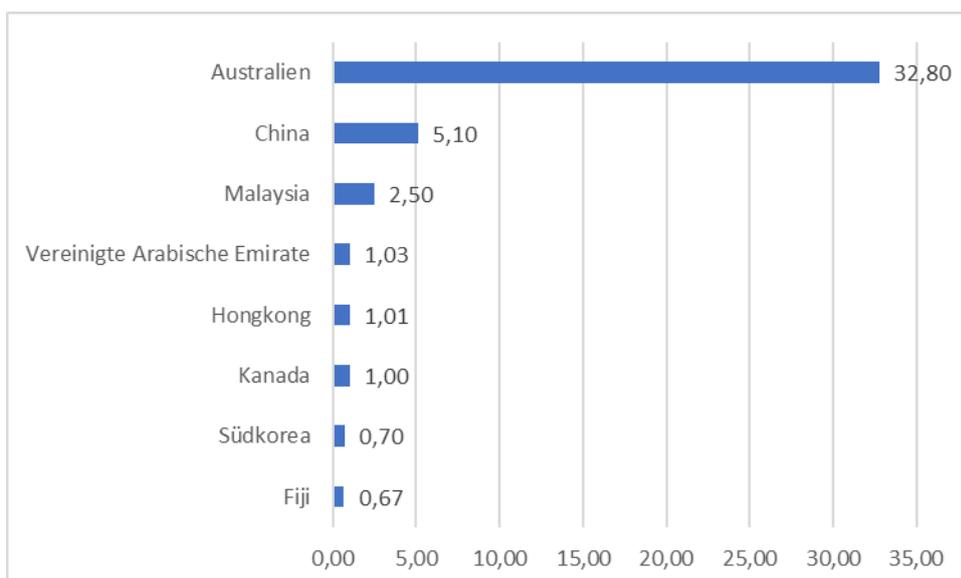
#### 4. Süßwarenindustrie



**Abbildung 8: Neuseeländische Ex- und Importe Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittel 2019 (HS-Code 1806, in Mio. USD)**

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Auch bei den Ziel- und Herkunftsländern 2019 für Schokolade und kakaohaltige Produkte führen Australien und China die Ranglisten an. Rund 32,8 Mio. USD der neuseeländischen Exporte gehen nach Australien, weit weniger nach China (5,1 Mio. USD). Dahinter folgen Malaysia (2,5 Mio. USD) und die Vereinigten Arabischen Emirate (1,03 Mio. USD) (vgl. Abbildung 9). Deutschland liegt hier nur auf Platz 45 mit 1.083 USD.<sup>54</sup>



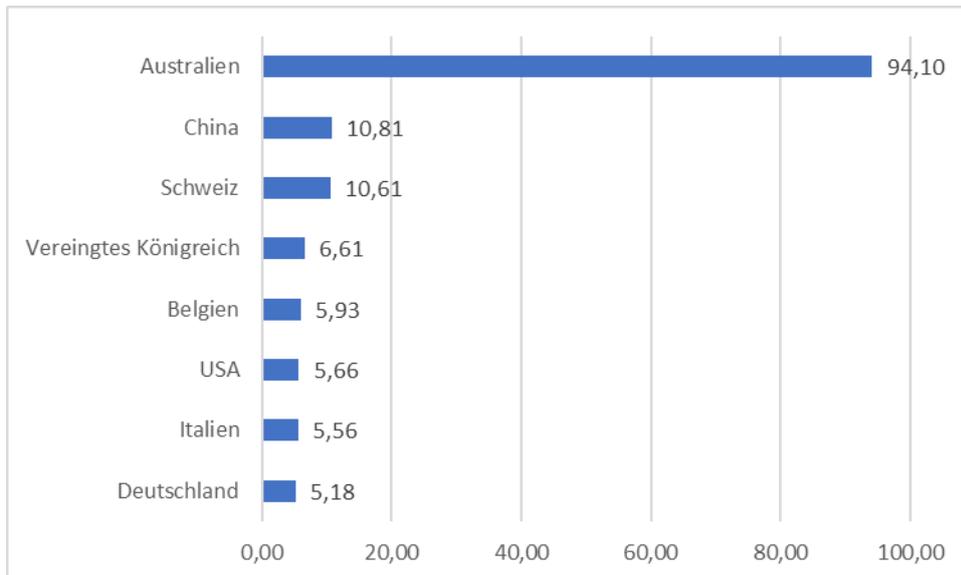
**Abbildung 9: Zielländer neuseeländische Exporte im Bereich Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittel 2019 (HS-Code 1806, in Mio. USD)**

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

<sup>54</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

#### 4. Süßwarenindustrie

Etwa 94,1 Mio. USD der neuseeländischen Importe stammen aus Australien, 10,81 Mio. USD wurden im Jahr 2019 aus China importiert. Ebenfalls unter den Herkunftsländern sind die für ihre Schokoladenprodukte bekannten Länder Schweiz und Belgien mit je 10,61 Mio. USD und 5,93 Mio. USD. Deutschland lieferte 2019 Waren im Wert von 5,18 Mio. USD und lag damit hinter Italien an achter Stelle (vgl. Abbildung 10).



**Abbildung 10: Herkunftsländer neuseeländische Importe im Bereich Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittel 2019 (HS-Code 1806, in Mio. USD)**

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

#### 4.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Der neuseeländische Markt für Süßwaren setzt sich aus vielen kleinen Süßwarenmarken zusammen. Im Bereich Süßwaren lässt sich eine starke Marktkonzentration internationaler Konzerne erkennen. Viele der neuseeländischen Süßwarenmarken wurden beispielsweise vom US-amerikanischen Lebensmittelkonzern Mondelez International oder Nestlé gekauft. Nestlé hat allerdings in den letzten Jahren einige Süßwarenmarken an den neuseeländischen Konzern RJ's Licorice verkauft, um sich künftig mehr auf das Segment Schokolade zu konzentrieren.<sup>55</sup>

Nestlé hatte im Jahr 2019 einen jährlichen Umsatz in Neuseeland von 277,8 Mio. USD, allerdings gibt es keine separaten Zahlen zum Bereich Süßwaren in Neuseeland.<sup>56</sup> In Neuseeland ist Nestlé u. a. mit den Marken KitKat, Milkybar und Milo im Süßwarenbereich vertreten.<sup>57</sup>

<sup>55</sup> Coriolis (2018): a. a. O.

<sup>56</sup> Dun&breadstreet (2020): „Company profile“, unter [https://www.dnb.com/business-directory/company-profiles/Nestlé\\_new\\_zealand\\_limited.70a7cf6cce93760970cc7d79b8748ac3.html#:~:text=NESTLÉ%20NEW%20ZEALAND%20LIMITED%20has,NEW%20ZEALAND%20LIMITED%20corporate%20family.](https://www.dnb.com/business-directory/company-profiles/Nestlé_new_zealand_limited.70a7cf6cce93760970cc7d79b8748ac3.html#:~:text=NESTLÉ%20NEW%20ZEALAND%20LIMITED%20has,NEW%20ZEALAND%20LIMITED%20corporate%20family.), aufgerufen am 13.11.2020.

<sup>57</sup> Nestlé (2020): „Brands“, unter <https://www.Nestlé.co.nz/brands>, aufgerufen am 13.11.2020.

#### 4. Süßwarenindustrie

Mondelez International ist mit einer größeren Vielfalt an Süßwarenmarken in Neuseeland vertreten als Nestlé und ist aktuell Marktführer im Bereich Schokolade. So besitzt Mondelez International die Marken Cadbury, Pascall, Sour Patch Kids und The Natural Confectionery Co. Der Konzern ist in Neuseeland ebenfalls mit der Marke Oreo vertreten. Produkte der Marken Cadbury und Pascall sind in Neuseeland besonders beliebt. Pascall hat in seinem Produktportfolio beispielsweise die beliebten Pineapple Lumps, während Cadbury u. a. die in Neuseeland bekannten Jaffas anbietet. Mondelez International hatte im Jahr 2016 einen Umsatz in Neuseeland von rund 302,5 Mio. NZD. Wobei auch hier keine separaten Umsätze für das Süßwarenssegment in Neuseeland angegeben sind.<sup>58</sup> Allerdings verliert der Konzern in den letzten Jahren Marktanteile aufgrund des angeschlagenen Images in Neuseeland. Die Schließung der Cadbury-Schokoladenfabrik und die Verlagerung der Produktion nach Australien spielen hier eine entscheidende Rolle.

Im Bereich Schokolade ist ein weiterer wichtiger Akteur das neuseeländische Unternehmen J H Whittaker & Sons. Das Unternehmen hatte im Jahr 2019 einen geschätzten Umsatz von 8 Mio. USD. Im August dieses Jahres gab Whittaker zudem bekannt, seine Schokoladenproduktion künftig verdoppeln zu wollen.<sup>59</sup> In den letzten Jahren hat das Unternehmen die Loyalität seiner Konsumenten gesichert und so an Marktanteilen gewonnen. Damit greift Whittaker zunehmend die großen internationalen Konzerne an. Das Unternehmen wurde seit 2012 jedes Jahr durchgängig von den Verbrauchern zu Neuseelands vertrauenswürdigster Marke gewählt.<sup>60</sup>

Bei Süß- und Zuckerwaren ist das neuseeländische Unternehmen Rainbow Confectionery Limited ein wichtiger Name. Das Unternehmen produziert ebenfalls diverse Gummisüßwaren, aber auch die schokoladenüberzogenen Pineapple Lumps und wies 2019 einen geschätzten Umsatz von 5 Mio. USD auf.<sup>61</sup>

Zu den großen internationalen Konzernen kommen gerade im Bereich Schokolade verstärkt kleine lokale Marken und Schokoladenhersteller dazu, die sich in den letzten Jahren gegründet haben. Dieser Trend spiegelt die Nachfrage nach hochwertigen Premiumschokoladenprodukten wider, ebenso wie das erhöhte Bewusstsein für eine fairere Produktion. Viele kleine Hersteller wie beispielsweise Hogarth Craft Chocolate oder Honest Chocolate integrieren beispielsweise lokale Produkte wie Manuka-Honig.

---

<sup>58</sup> Coriolis (2018): a. a. O.

<sup>59</sup> NZHerald (2020): „Inside Whittaker’s plans to double its chocolate output“, unter <https://www.nzherald.co.nz/business/inside-whittakers-plans-to-double-its-chocolate-output/FP5YFVTVPWPFHLJHOM27S6UK3/>, aufgerufen am 13.11.2020.

<sup>60</sup> Whittaker’s (2020): „Our Story“, unter [https://www.whittakers.co.nz/en\\_WW/our-story/](https://www.whittakers.co.nz/en_WW/our-story/), aufgerufen am 13.11.2020.

<sup>61</sup> Zoominfo (2020): „Rainbow Confectionery“, unter <https://www.zoominfo.com/c/rainbow-confectionery-ltd/430161262>, aufgerufen am 13.11.2020.

## 4.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

Nestlé New Zealand Limited (Ltd.)

Firma	Nestlé New Zealand Ltd.
Gründung	1913
Geschäftsführer	Christian Abboud
Hauptsitz	Auckland, Neuseeland
Umsatz (2019)	227 Mio. USD (192 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

Der Lebensmittelkonzern Nestlé eröffnete im Jahr 1913 sein erstes Verkaufsbüro in Auckland, Nestlé als Marke wurde jedoch bereits 1885 in Neuseeland registriert. Seit 1920 verkauft Nestlé importierte Schokolade in Neuseeland. Im Laufe der Zeit erwarb Nestlé einige kleinere neuseeländische Süßwarenhersteller, hat diese mittlerweile aber fast alle wiederverkauft und fokussiert sich auf den Bereich Schokolade.<sup>62</sup>

Produkte, die in Neuseeland verkauft werden, sind u. a. KitKat, Milkybar Schokoladenriegel, Pixie Caramel-Riegel, Smarties, Chokito-Riegel und schokoladenüberzogene Mandeln.<sup>63</sup>



Abbildung 11: Auswahl von Nestlé-Produkten in Neuseeland

Quelle: Kiwi Corner Dairy (2020)

<sup>62</sup> Nestlé NZ (2020): „History“, unter <https://www.Nestlé.co.nz/aboutus/history>, aufgerufen am 13.11.2020.

<sup>63</sup> Nestlé NZ (2020): „Brands“, unter <https://www.Nestlé.co.nz/brands>, aufgerufen am 13.11.2020.

#### 4. Süßwarenindustrie

##### Mondelez International

Firma	Mondelez Australia Pty. Ltd., Mondelez Australia (Foods) Ltd.
Gründung	1930
Geschäftsführer	Darren O'Brien
Hauptsitz	Melbourne, Australien
Umsatz (2016)	302,5 Mio. NZD (174,9 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

Mondelez International ist mit einer großen Bandbreite an Süßwaren in Neuseeland vertreten und hat nicht zuletzt aufgrund einiger sehr beliebter neuseeländischer Marken im Portfolio großen Erfolg im dortigen Süßwarenssektor. Dennoch litt das Image von Mondelez International seit dem Jahr 2018 stark, da das Unternehmen den traditionsreichen Fabrikstandort von Cadbury in Dunedin schloss und die Produktion nach Australien verlegte.

Marken, mit denen Mondelez International im Bereich Süßwaren in Neuseeland vertreten ist, sind Cadbury, Pascall, SourPatch Kids, The Natural Confectionery Co. und Oreo. Mit diesen Marken bietet Mondelez International nicht nur Schokoladenprodukte, sondern auch Mints, Kaugummis und diverse andere Zuckerwaren (vgl. Abbildung 12).



Abbildung 12: Produktauswahl von Mondelez International

Quelle: Kiwi Corner Dairy (2020)

#### 4. Süßwarenindustrie

##### J. H. Whittaker and Sons, Ltd.

Firma	J. H. Whittaker and Sons, Ltd.
Gründung	1896
Geschäftsführer	Andrew Whittaker
Hauptsitz	Porirua, Neuseeland
Umsatz (Geschäftsjahr 2018/19)	110 Mio. NZD (65,17 Mio. EUR)
Marktanteile	38 % im Bereich Schokoladentafeln (2016)

Das Unternehmen J. H. Whittaker and Sons ist ein neuseeländisches Familienunternehmen mit einer langen Geschichte. Der Engländer James Henry Whittaker gründete 1896 in Christchurch seine Schokoladenfabrik Whittaker's. Das Unternehmen zog 1969 nach Porirua in die Nähe von Wellington, wo es bis heute seinen Hauptsitz hat. Whittaker's ist bekannt für seine klassischen Schokoladentafeln und den Peanut Slab, eine Tafel Milkschokolade mit gerösteten Erdnüssen. Das Unternehmen wurde seit 2011 durchgehend zur beliebtesten Marke Neuseelands gewählt und konnte in den letzten Jahren durch ausgefallene Markenkooperationen wie beispielsweise mit dem neuseeländischen Getränkehersteller L&P stetig Marktanteile hinzugewinnen.



Abbildung 13: Auswahl von Produkten der Firma Whittaker's and Sons

Quelle: Kiwi Corner Dairy (2020)

##### RJ's Licorice Ltd.

Firma	RJ's Licorice Ltd.
Gründung	1995
Geschäftsführer	Anthony Quinn
Hauptsitz	Levin, Neuseeland
Umsatz (2018)	40 – 50 Mio. USD (33,6 – 42 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

#### 4. Süßwarenindustrie

Das neuseeländische Unternehmen RJ's Licorice (RJ's) produziert, wie der Name schon sagt, allerlei Süßwaren aus den Bereichen Lakritz, Mints, Schokolade und Toffee. Die Süßwaren von RJ's werden nach Großbritannien, Kanada und die USA exportiert.<sup>64</sup>



Abbildung 14: Produktauswahl des Unternehmens RJ's Licorice

Quelle: Kiwi Corner Dairy (2020)

#### 4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Auch wenn die Absatzzahlen für den neuseeländischen Süßwarenmarkt im Gesamten in den letzten Jahren leicht rückläufig waren, hat die Zahl der Hersteller insgesamt zugenommen und es wird von einem weiteren Wachstum in den nächsten Jahren ausgegangen. Auch in Neuseeland ist der globale Trend einer bewussteren und gesünderen Ernährung angekommen und somit dürften in den kommenden Jahren zuckerreduzierte bzw. zuckerfreie Produkte mehr und mehr an Beliebtheit gewinnen.

Das größte Wachstumspotenzial liegt im Markt für Schokolade. Immer mehr kleinere Schokoladenmanufakturen drängen auf den Markt, um die gestiegene Nachfrage nach Schokolade aus dem Premiumbereich zu stillen. Zuletzt stieg zudem die Nachfrage nach saisonalen und an Festtage angepasste Süßwaren, was für deutsche Anbieter interessant sein dürfte. Die Konkurrenz im höherpreisigen Segment der Premiumschokolade ist zuletzt allerdings stark gestiegen. In diesem Bereich ist es von enormer Wichtigkeit, ein Alleinstellungsmerkmal vorweisen zu können, das sich insbesondere auf die Bereiche Nachhaltigkeit und gesunde bzw. bewusste Ernährung konzentriert.

Ebenso stark ist die Konkurrenz aus Australien, die durch ihre Nähe zum neuseeländischen Markt einen entscheidenden Vorteil hat. Da die Märkte sich in ihrer Struktur sehr ähneln, hat

<sup>64</sup> RJ's Licorice (2020): „About RJ's“, unter <https://www.rjslicorice.co.nz/about-rjs/>, aufgerufen am 13.11.2020.

#### 4. Süßwarenindustrie

es durchaus Sinn, bei einem Eintritt in Neuseeland auch bereits über einen Markteintritt in Australien nachzudenken bzw. beide Märkte gemeinsam in Angriff zu nehmen.

## 5. Knabberartikelindustrie

### 5.1 Kurze Einführung in den Markt

Der Knabberartikelmarkt Neuseelands umfasst Kartoffel- und Gemüsechips, Erdnüsse, Nüsse, Extruderprodukte sowie Salz- und Laugengebäck. Kartoffelchips (in Neuseeland als „potato chips“ oder „potato crisps“ bezeichnet) machen den wichtigsten Teil des Marktes aus.

2013 – 2016 sind die Verkaufszahlen von Kartoffelchips in Neuseeland jährlich um 15 % gestiegen.<sup>65</sup> Auch der Anteil der Kartoffelchipsindustrie an der Kartoffelindustrie nimmt in den letzten Jahren kontinuierlich zu. Im Jahr 2019 machte die Kartoffelchipsindustrie mit einem Volumen von ca. 217,6 Mio. NZD (ca. 125,8 Mio. EUR) einen Anteil von 20 % der Kartoffelindustrie aus, was einen Anstieg von 2 % im Vergleich zum Vorjahr bedeutet.<sup>66</sup> Da Kartoffeln eines der am häufigsten angebauten Gemüse in Neuseeland sind, stammt der überwiegende Teil der verwendeten Kartoffeln aus nationalem Anbau. Fast alle Marken werben damit, nur neuseeländische Kartoffeln zu verarbeiten.

Die großen Chipshersteller nutzen zum Frittieren Sonnenblumen- oder Rapsöl bzw. eine Mischung beider Öle, und kein Palmöl. Sonnenblumen- und Rapsöl enthalten einen geringeren Anteil an gesättigten Fettsäuren als Palmöl und sind somit gesünder. Außerdem trägt die Produktion von Palmöl oft zur Abholzung von tropischen Wäldern bei. Hier wird deutlich, dass Gesundheits- und Umweltaspekte einen wichtigen Stellenwert für neuseeländische Konsumenten einnehmen. Verstärkt gewinnen auch Premiumprodukte, besonders schonend verarbeitete und naturbelassene Produkte an Bedeutung. Dennoch zeichnet sich die Produktpalette neben der klassischen gesalzenen Variante (Salt oder Sea Salt) durch eine Vielzahl an Geschmacksrichtungen (bspw. Honey Soy Chicken, Sweet Chili & Sour Cream, Kiwi BBQ und Chicken) aus. Auch Sorten mit Essig (Vinegar) sind populär. Meist werden Chips in Verpackungen mit 150 g verkauft.

Neben Kartoffelchips sind auch Maischips, verschiedene zubereitete Erdnüsse, Extruderprodukte (meist mit Käsegeschmack) und Salzcracker beliebt. Hingegen sind Salzstangen oder Laugengebäck wie Salzbrezeln nicht so häufig zu finden. Während mehr als ein Drittel der Neuseeländer (35 %) bei Chips und Cracker nationale Marken bevorzugt, konsumieren 12 % lieber globale Marken. Rund 53 % haben keine feste Präferenz. Somit werden bei Chips und Crackern nationale Produkte weniger stark bevorzugt als bei Speiseeis und Cerealien.<sup>67</sup>

---

<sup>65</sup> PotatoPro (2016): „New Zealand Potato Chips market is growing 15 percent annually, driven by premium segment“, unter <https://www.potatopro.com/news/2016/new-zealand-potato-chips-market-growing-15-percent-annually-driven-premium-segment>, aufgerufen am 16.11.2020.

<sup>66</sup> Potatoes New Zealand (2020): „Industry Values & Overview“, unter: <https://potatoesnz.co.nz/administration/industry-values/>, aufgerufen am 13.11.2020.

<sup>67</sup> The Nielsen Company (2016): „Made in...NZ? Preferences for local and global brands“, unter <https://www.nielsen.com/nz/en/insights/article/2016/made-in-nz-preferences-for-global-and-local-brands/>, aufgerufen am 18.11.2020.

## 5.2 Überblick über die lokalen Produktionen

Die neuseeländische Produktion von Chips und Extruderprodukten wird zum Großteil von zwei Herstellern dominiert: Bluebird Foods und Griffin's Food. Davon abgesehen stellt das Unternehmen Prolife Foods eine Vielzahl von Nüssen, Samen und Nussmischungen her. Der wichtigste Knabberartikel, Kartoffelchips, wurde im Jahr 2018 im Wert von 200 Mio. NZD (116,6 Mio. EUR) hergestellt. Der größte Produzent, Bluebird Foods, verarbeitet jährlich 30 tsd. t Kartoffeln.<sup>68</sup> Wie in Abbildung 15 zu erkennen ist, werden die Kartoffelchips fast ausschließlich für den lokalen Markt hergestellt. Insgesamt macht die Chipsindustrie einen Anteil von 20 % an der gesamten neuseeländischen Kartoffelindustrie aus (Gesamtwert der Kartoffelindustrie im Jahr 2018: 1 Mrd. NZD bzw. 583,2 Mio. EUR).<sup>69</sup>

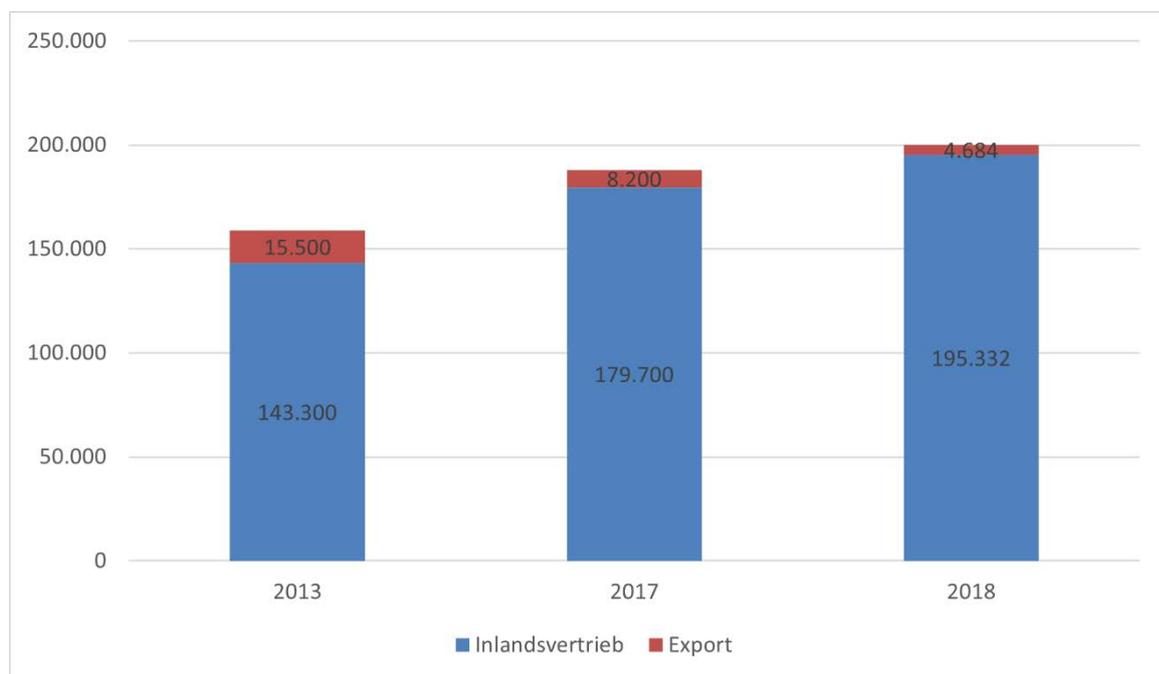


Abbildung 15: Wert der Produktion von Kartoffelchips, in tsd. NZD

Quelle: PotatoPro (2019), eigene Darstellung

Geografisch gesehen findet der Großteil der Knabberartikelproduktion auf der nördlichen Nordinsel statt. Griffin's Foods unterhält seine beiden Fabriken in Auckland. Bluebird Foods schloss im Februar 2009 seine Fabrik in Timaru auf der mittleren Südinsel und konzentriert seine Produktion seitdem ebenfalls auf Auckland.<sup>70</sup> Prolife Foods produziert in Hamilton, 120 km südlich von Auckland gelegen.<sup>71</sup>

<sup>68</sup> Coriolis (2019): „Investor's Guide to the New Zealand Food & Beverage Industry“, unter <https://www.mbie.govt.nz/assets/coriolis-investors-guide-2020.pdf>, S. 179, aufgerufen am 30.11.2020.

<sup>69</sup> PotatoPro (2019): „Potatoes now worth one billion dollars to New Zealand economy“, unter <https://www.potatopro.com/news/2019/potatoes-now-worth-one-billion-dollars-new-zealand-economy>, aufgerufen am 20.11.2020.

<sup>70</sup> Stuff (2009): „Bluebird quits Timaru“, unter <http://www.stuff.co.nz/timaru-herald/737895/Bluebird-quits-Timaru>, aufgerufen am 18.11.2020.

<sup>71</sup> Prolife Foods (2020): „Our Operations“, unter <https://www.prolifefoods.co.nz/our-operations-2>, aufgerufen am 18.11.2020.

### 5.3 Marktgröße und Preisindex

Innerhalb der Knabberartikel ist der Markt für Kartoffelchips ein Wachstumsmarkt. In den letzten Jahren ist der mengenmäßige Konsum von Chips in Neuseeland stetig angestiegen.<sup>72</sup> Auch die Konsumausgaben für Knabberartikel sind im Zeitraum 2014 – 2020 insgesamt um 12,63 % gewachsen, wobei Kartoffelchips den größten Teil dieses Anstiegs ausmachen. Gleichzeitig ist der Preis für Knabberartikel in diesem Zeitraum nur leicht um 1,42 % angestiegen<sup>73</sup>

Die Preise von Kartoffelchips werden stark vom Kartoffelpreis beeinflusst. Der Kartoffelpreis in Neuseeland variiert mehrmals pro Jahr, wobei er meist in den Herbst- und Wintermonaten (Mai – September) am niedrigsten ist. Im April 2020 erreichte er mit 2,51 NZD (1,46 EUR) den bisher höchsten Wert. Ursachen für diesen Anstieg sind eine 20 – 50 % gestiegene Nachfrage sowie ein Erntearbeitermangel aufgrund der Covid-19-Pandemie.<sup>74</sup> Wie in Abbildung 16 dargestellt, erreichte der Preis für Kartoffelchips im Februar 2020 mit 2 NZD für 150 g (1,17 EUR) ein Rekordhoch, sank danach aber wieder auf ein normales Niveau ab und lag zuletzt im Juni 2020 bei 1,85 NZD (1,08 EUR). Von einem Anstieg des Kartoffelchipspreises im zweiten Halbjahr des Jahres 2020 ist aufgrund der angestiegenen Kartoffelpreise auszugehen. Außerdem gefährdet verstärkt zu nasses Wetter, wie zuletzt im Jahr 2017, die Kartoffelernte.<sup>75</sup> Aufgrund durch den Klimawandel verursachter und in Zukunft verstärkt auftretender extremer Wetterereignisse könnte der Chipspreis in den nächsten Jahren weiter ansteigen.

---

<sup>72</sup> Potatoes New Zealand (2020): „Industry Values & Overview“, a. a. O.

<sup>73</sup> Stats NZ (2020): „Food prices index review: 2020“, unter <https://www.stats.govt.nz/methods/food-price-index-review-2020>, aufgerufen am 13.11.2020.

<sup>74</sup> Stats NZ (2020): „Potato price reach all-time high in April“, unter <https://www.stats.govt.nz/news/potato-prices-reach-all-time-high-in-april>, aufgerufen am 18.11.2020.

<sup>75</sup> Potatoes New Zealand (2017): „The prices of potatoes“, unter <https://potatoesnz.co.nz/news-info/articles/the-price-of-potatoes/>, aufgerufen am 18.11.2020.

## 5. Knabberartikelindustrie

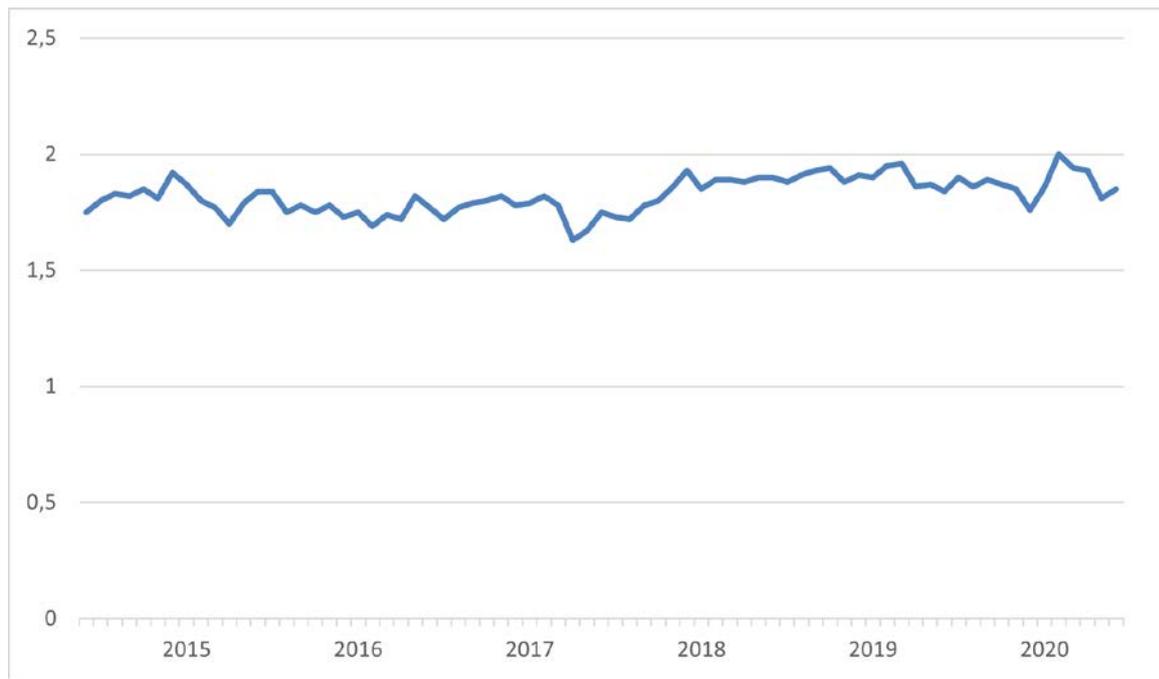


Abbildung 16: Monatliche Preisentwicklung von Kartoffelchips (150 g), Juni 2014 – Juni 2020 (in NZD)

Quelle: Stats NZ (2020), eigene Darstellung

Während der Covid-19-Pandemie verbrachten die Neuseeländer mehr Zeit zu Hause und griffen öfter als zuvor zwischen den Mahlzeiten zu Snacks. Außerdem konnte festgestellt werden, dass neuseeländische Konsumenten verstärkt lokal hergestellte Produkte nachfragen. Dieser Trend zum lokalen Knabberartikel wird voraussichtlich auch nach der Pandemie anhalten.<sup>76</sup>

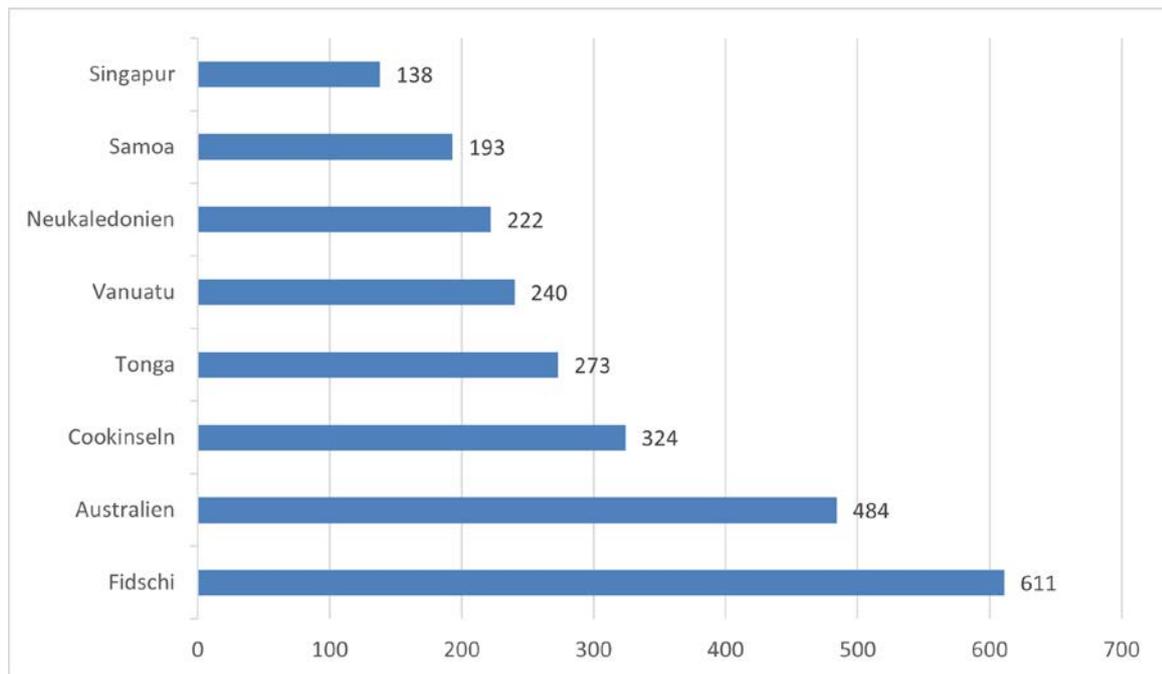
### 5.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Im Jahr 2018 wurden in der Produktgruppe mit HS-Code 200520 (Kartoffeln, zubereitet und haltbar gemacht, anders als mit Essig oder Essigsäure), zu der Kartoffelchips gehören, neuseeländische Produkte im Wert von 2,99 Mio. USD exportiert. Neuseeländische Kartoffelchips werden dabei zum größten Teil in benachbarte südpazifische Länder bzw. Überseeregionen exportiert. Der Inselstaat Fidschi mit ca. 890 tsd. Einwohnern führt hier die Statistik mit einem Importvolumen von 611 tsd. USD an, was 20,4 % der Gesamtexporte Neuseelands dieser Produktgruppe ausmacht. Australien steht an zweiter Stelle und führt Produkte im Wert von 484 tsd. USD und damit 16,2 % der Gesamtexporte dieser Produktgruppe ein. Im Jahr 2019 wurde ein Wachstum der Exporte von Kartoffelchips verzeichnet.<sup>77</sup>

<sup>76</sup> Ingredient (2020): „Australian and New Zealand stay at home habits during COVID-19“, a. a. O.

<sup>77</sup> Potatoes New Zealand (2020): „Industry Values & Overview“.

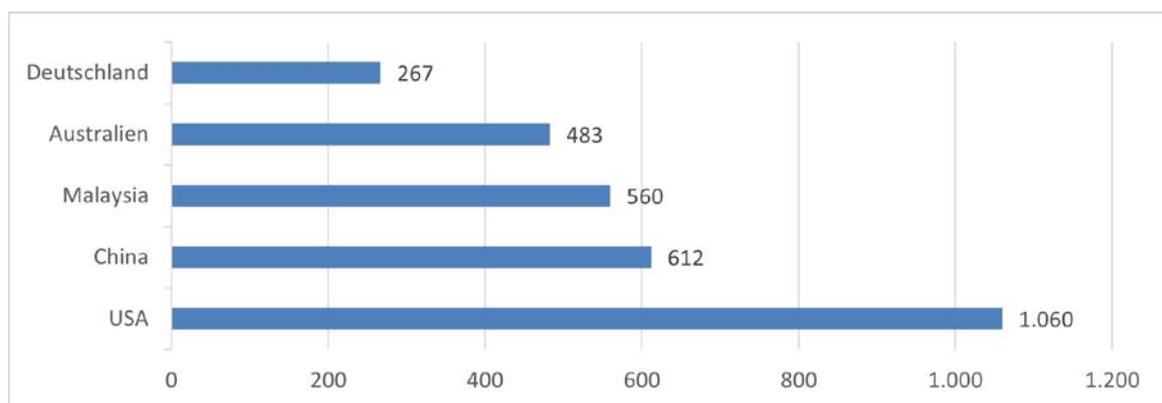
## 5. Knabberartikelindustrie



**Abbildung 17: Zielländer neuseeländischer Exporte von Kartoffelchips (HS-Code 200520) im Jahr 2018 (in tsd. USD)**

Quelle: OEC (2020), eigene Darstellung

Betrachtet man hingegen die neuseeländischen Importe derselben Produktgruppe, stehen andere Länder im Fokus. Insgesamt importiert Neuseeland Produkte im Wert von 4,18 Mio. USD (2018). Hier stehen die USA mit einem Volumen von 1,06 Mio. USD (25,2 % der Gesamtimporte der Produktgruppe) an erster Stelle. Deutschland steht mit einem Importvolumen von 267 tsd. USD und einem Anteil von 6,38 % auf dem fünften Rang.



**Abbildung 18: Herkunftsländer neuseeländischer Importe von Kartoffelchips (HS-Codes 200520), 2018 (in tsd. USD)**

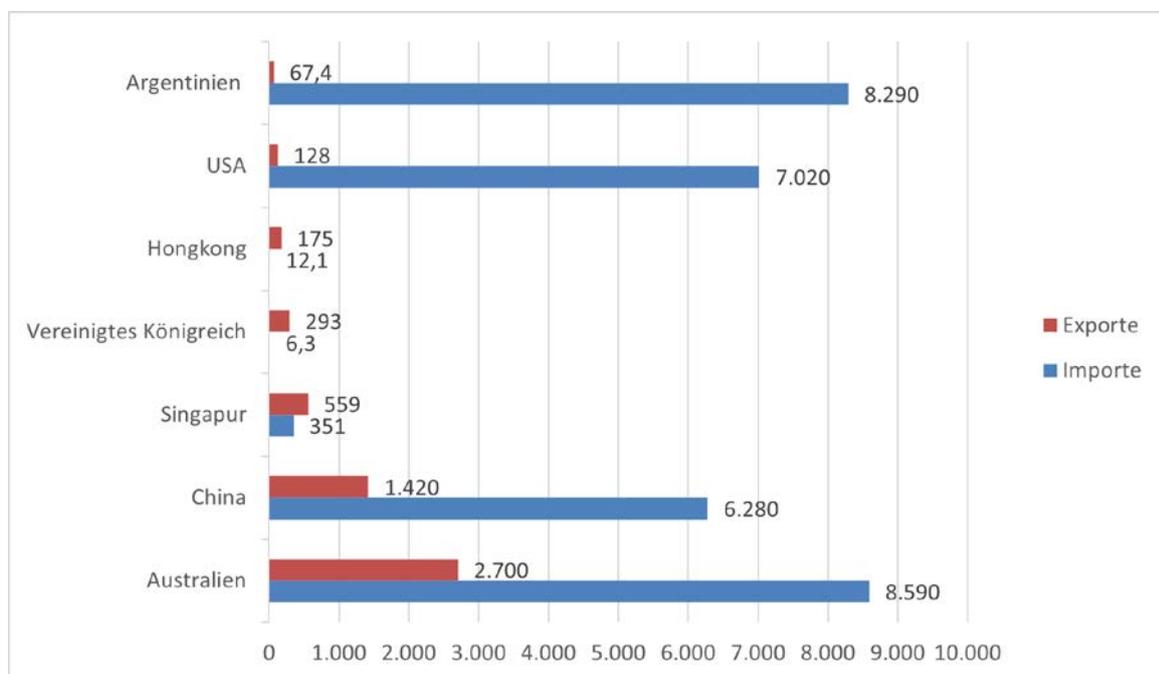
Quelle: OEC (2020), eigene Darstellung

Der Wert der deutschen Importe von Kartoffelchips nach Neuseeland ist im letzten Jahrzehnt angestiegen. Bis zum Jahr 2010 wurde stets weniger als 100 tsd. USD importiert, im Jahr 2013 erstmals eine damalige Rekordmenge von 326 tsd. USD, welche 2016 mit Importen im Wert

## 5. Knabberartikelindustrie

von 376 tsd. USD übertroffen werden konnte. Seitdem sind die Importe leicht zurückgegangen.

Bei Knabberartikeln, die auf Erdnüssen, Nüssen und Samen basieren, teilt sich der überwiegende Großteil der Importe Neuseelands auf die Lieferländer Australien, Argentinien, USA und China auf. Diese vier Staaten machen insgesamt 83,7 % des Gesamtimportvolumens von 36 Mio. USD aus. Die wichtigste Exportdestination von Neuseeland ist in dieser Produktgruppe mit 2,7 Mio. USD von insgesamt 6,17 Mio. USD der Nachbar Australien. Die zweitgrößte Exportdestination ist China mit 1,42 Mio. USD. Die Importe aus Deutschland lagen 2019 bei einem Volumen von 26.900 USD (2,24 %) und die Exporte nach Deutschland bei einem Volumen von 3.680 USD (0,92 %). Somit spielt der Handel mit Deutschland in diesem Segment noch keine große Rolle.



**Abbildung 19: Neuseeländische Importe und Exporte von zubereiteten und haltbar gemachten Nüssen und Samen (HS-Codes 200811 und 200919) im Jahr 2019 (in tsd. USD)**

Quelle: OEC (2020), eigene Darstellung

### 5.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

In Neuseeland teilen sich zwei Hersteller fast den gesamten Markt für Chips und Extruderprodukte untereinander auf: Bluebird Foods und Griffin's Foods.<sup>78</sup> Bluebird Foods ist mit einem Umsatz von 90,1 Mio. EUR der größte Hersteller von Knabberartikeln und konzentriert sein Geschäft ausschließlich auf salzige Snacks wie Chips, Extruderprodukte,

<sup>78</sup> Coriolis (2019), S. 133-134, a. a. O.

## 5. Knabberartikelindustrie

Cracker und gesalzene bzw. gewürzte Erdnüsse.<sup>79</sup> Griffin's Foods erwirtschaftet mit 155,2 Mio. EUR zwar mehr Umsatz, stellt aber neben salzigen Knabberartikeln auch Schokolade und Kekse her. Beide Marktführer gehören zu ausländischen Konzernen. So ist Griffin's Foods Teil der Universal Robina Corporation, dem größten philippinischen Lebensmittelkonzern. Bluebird Foods ist Teil des US-Konzerns Pepsico.

Im Segment Kartoffelchips ist außerdem Proper Snacks Foods ein nennenswerter kleinerer Hersteller. Jedoch gehören 50 % des Unternehmens dem Konzern Griffin's Foods. Im Bereich Nüsse und Samen ist Prolife Foods ein wichtiger Akteur. Das Unternehmen bietet seine Ware in Selbstbedienungsvorrichtungen in Supermärkten an. Auch Salz- und Laugensnacks zählen zum Sortiment.

### 5.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

Griffin's Foods Ltd.

Firma	Griffin's Foods Ltd.
Gründung	1895
Geschäftsführer	James Go
Hauptsitz	Auckland, Neuseeland
Umsatz (Geschäftsjahr 2018/19)	267 Mio. NZD (155,2 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

Der Lebensmittelkonzern Griffin's Foods ist einer der Marktführer im Segment Knabberartikel. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte unter den Marken Eta sowie Kettle Chip Company.<sup>80</sup> Unter dem Markennamen Eta wird eine Vielzahl von Knabberartikeln, wie Kartoffelchips, Maischips, verschiedene Extruderprodukte, zubereitete Erdnüsse und Mischungen, angeboten. Im Gegensatz dazu konzentriert sich die Kettle Chip Company auf fünf Sorten Kartoffelchips (Sea Salt, Sea Salt & Vinegar, Honey Soy Chicken, Chili und Sweet Chili & Sour Cream). Alle Chips werden aus neuseeländischen Kartoffeln gefertigt.<sup>81</sup> Außerdem hält Griffin's Foods seit August 2017 die Hälfte der Anteile an der Proper Snacks Foods Limited. Dieses Unternehmen stellt unter dem Markennamen Proper Crisps besonders naturbelassene Kartoffelchips bzw. Chips des Premiumsegments her.

<sup>79</sup> Coriolis (2019), S. 179, a. a. O.

<sup>80</sup> The Griffin's Food Company (2016): „Our brands“, unter <https://www.griffinsfoodcompany.com/our-brands/>, aufgerufen am 17.11.2020.

<sup>81</sup> Kettle Chip Company (2020): „The Kettle Chip Company Range“, unter <https://www.kettlechipcompany.co.nz/>, aufgerufen am 17.11.2020.

## 5. Knabberartikelindustrie



Abbildung 20: Auswahl von Knabberartikeln von Griffin's Foods

Quelle: Kiwi Corner Dairy (2020)

### Bluebird Foods Ltd.

Firma	Bluebird Foods Ltd.
Gründung	1953
Geschäftsführer	Danilo Celoni
Hauptsitz	Hamilton, Neuseeland
Umsatz (Geschäftsjahr 2018/19)	155 Mio. NZD (90,1 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

Bluebirds Foods Limited ist der größte Hersteller von salzigen Knabberartikeln in Neuseeland. Als Eigenmarke wird eine große Varietät von Kartoffelchips, Erdnüssen sowie Extruderprodukten (Flips, Twists etc.) vertrieben. Unter der Marke Copper Kettle werden ebenfalls Kartoffelchips angeboten. Außerdem verkauft Bluebird Foods unter den Namen Le Snak und Sunbites verschiedene Cracker und Salzgebäcke. Sunbites richten sich hierbei insbesondere an eine gesundheitsbewusste Zielgruppe. Bluebird Foods ist Teil des US-amerikanischen Konzerns Pepsico. Deshalb werden neben den neuseelandspezifischen Produkten auch die aus den USA stammenden Doritos (Maischips) und Cheetos (Extruderprodukte mit Käsegeschmack) für den neuseeländischen Markt hergestellt.<sup>82</sup>

<sup>82</sup> Bluebird Foods Limited (2020): „Brands“, unter <https://www.bluebird.co.nz/brands>, aufgerufen am 17.11.2020.

## 5. Knabberartikelindustrie



Abbildung 21: Auswahl von Knabberartikeln von Bluebird Foods

Quelle: Kiwi Corner Dairy (2020)

### Prolife Foods Ltd.

Firma	Prolife Foods Ltd.
Gründung	1984
Geschäftsführerin	Teresa Ciprian
Hauptsitz	Hamilton, Neuseeland
Umsatz (2018)	300 Mio. USD (252,2 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

Das Unternehmen Prolife Foods vertreibt unter seiner Marke Alison's Pantry eine Vielzahl von Knabberartikeln wie Nüsse, Erdnüsse, Samen, Crackers, Salzbrezeln und ähnliches Salzgebäck sowie Snackmischungen. Die Nüsse werden sowohl naturbelassen als auch als gewürzte, verarbeitete oder anderweitig aromatisierte Variante verkauft.<sup>83</sup> Alle Artikel werden in Selbstbedienungsvorrichtungen in neuseeländischen Supermärkten angeboten. Die Marke ist nach Alison Holst benannt, einer neuseeländischen Starköchin und -autorin.<sup>84</sup>

<sup>83</sup> Prolife Foods Limited (2020): „Our Foods“, unter <https://www.alisonspantry.co.nz/our-foods>, aufgerufen am 18.11.2020.

<sup>84</sup> Prolife Foods Ltd (2020): „About Us“, unter <https://www.alisonspantry.co.nz/about-us/>, aufgerufen am 18.11.2020.



Abbildung 22: Selbstbedienungsregal von Alison's Pantry

Quelle: Prolife Foods (2020)

### 5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Neuseeland steht auf Rang 8 der Staaten mit den höchsten Pro-Kopf-Umsätzen für Snacks. Im Jahr 2018 betrug der durchschnittliche Jahresumsatz pro Kopf 68 USD.<sup>85</sup> Somit besteht für deutsche Hersteller durchaus ein Geschäftspotenzial. Insbesondere Kartoffelchips machen einen wichtigen Teil des Snacksegments aus: Im Jahr 2015 gaben die Neuseeländer insgesamt 157 Mio. NZD (91,4 Mio. EUR) für Kartoffelchips aus, was durchschnittlich 30 NZD (17,5 EUR) pro Person bedeutet.<sup>86</sup>

Aufgrund von Trends zu gesundheits- und qualitätsbewussterer Ernährung ist die Qualität von Knabberartikeln inzwischen auch in Neuseeland der wichtigste Entscheidungsfaktor für den Kauf.<sup>87</sup> Für deutsche Unternehmen der Knabberartikelbranche besteht demnach das größte Geschäftspotenzial im Premiumsegment (naturbelassene bzw. „frei von“- Produkte sowie Bioprodukte). Deutsche Hersteller können davon profitieren, dass die Konsumausgaben für süße und salzige Snacks seit dem Jahr 2014 leicht angestiegen sind. Außerdem sind 65 % der Knabberartikel konsumierenden Neuseeländer offen gegenüber ausländischen Produkten.<sup>88</sup> Gegenüber in Neuseeland fabrizierten Kartoffelchips haben deutsche Hersteller den Vorteil, dass sie nicht von schlechten Ernten, wie zuletzt im Jahr 2017, oder steigenden Preisen von neuseeländischen Kartoffeln betroffen sind.

<sup>85</sup> Srilanka Business (2019): „Food Report 2019“, unter [https://www.srilankabusiness.com/pdf/market\\_study/food-report\\_Statistics.pdf](https://www.srilankabusiness.com/pdf/market_study/food-report_Statistics.pdf), S. 138, aufgerufen am 19.11.2020.

<sup>86</sup> Stuff (2016): „‘Craft crisps’ driving Kiwis to consume \$150 million a year in potato chips“, unter <https://www.stuff.co.nz/life-style/food-wine/85600810/craft-crisps-driving-kiwis-to-consume-150-million-a-year-in-potato-chips>, aufgerufen am 19.11.2020.

<sup>87</sup> The Nielsen Company (2018): „When it comes to snacks, premium is more than price“, unter <https://www.nielsen.com/nz/en/insights/article/2018/perspectives-when-it-comes-to-snacks-premium-is-more-than-price/>, aufgerufen am 18.11.2020.

<sup>88</sup> The Nielson Company (2016): „Made in...NZ? Preferences for local and global brands“, a. a. O.

## 5. Knabberartikelindustrie

Deutsche Kartoffelchips stehen einer quantitativ großen Menge an Konkurrenzprodukten aus den USA, China, Malaysia und Australien gegenüber. Diese größten Lieferländer von Kartoffelchips nach Neuseeland machten im Jahr 2018 einen Anteil von 64,8 % des Gesamtimportes aus. Innerhalb der europäischen Staaten hat sich Deutschland in den vergangenen Jahren als führender Exporteur (vor dem Vereinigten Königreich auf dem zweiten Platz) etabliert, sodass in dieser Hinsicht keine große Konkurrenz zu befürchten ist.

Bei Nüssen und Samen und hieraus fabrizierten Knabberartikeln bewegen sich der Warenaustausch zwischen Deutschland und Neuseeland und insbesondere die deutschen Exporte nach Neuseeland auf einem so niedrigen Niveau, dass in diesem Segment bisher kein Geschäftspotenzial für deutsche Hersteller vorhanden ist.

## 6. Backwarenindustrie

### 6.1 Kurze Einführung in den Markt

Die neuseeländische Backwarenindustrie ist durch kleine produzierende Betriebe wie beispielsweise familiengeführte Bäckereien und lokale Verkaufsstellen geprägt, die sich über das gesamte Land verteilen. Viele Firmen haben Herstellung und Vertrieb in derselben Einrichtung vereint, was Transportwege verkürzt oder erübrigt und Kosten niedrig hält. Industriell hergestelltes Brot und weitere Backwaren gehören nicht zur Branche, außerdem schließt der Sektor Café-ähnliche Betriebe mit Vorortverzehr aus.<sup>89</sup>

In den vergangenen Jahren verzeichnete die Branche fallende Beschäftigungszahlen, parallel stiegen Investitionen und entsprechend der Automatisierungsgrad der herstellenden Unternehmen. Aktuell steigt die landesweite Nachfrage nach Backwaren, wodurch mitunter auch Importprodukte in der Lebensmitteleinzelhandels-Landschaft zunehmen. Parallel sind immer mehr Produzenten im Exportgeschäft aktiv, wodurch Marktexperten ein weiteres Branchenwachstum prognostizieren. Dessen ungeachtet lässt sich derzeit beobachten, dass vermehrt günstige Handelsmarken und Handelsmarkenäquivalente auf den Markt kommen, was auf eine mögliche verringerte Rentabilität in den kommenden Jahren schließen lässt.

Das sich verändernde Konsumverhalten der neuseeländischen Bevölkerung schlägt sich auch im Bereich Backwaren nieder. So lassen sich parallel steigende Lohnsätze und ein höheres Gesundheitsbewusstsein verzeichnen, was die Nachfrage nach Produkten wie etwa Süßgebäck fallen und nach handwerklich hergestellten und unverpackten Backwaren ansteigen lässt. Gleichwohl erfreuen sich traditionsreiche Produkte mit hohem Zuckergehalt ungetrübt hoher Beliebtheit. Hierzu zählen beispielsweise Afghan Biscuits (Cornflakes-Kekse mit Walnuss), Jelly Slice (Keksboden mit Puddingcreme und Gelee-Überzug), Lolly Cake (Dessert aus Malzkekse, bunten Marshmallows, Butter und Kondensmilch), Jaffas (Schokoladenkugeln), Krispies (Röstgebäck aus Weizenmehl, Zucker und Kokosnuss), Anzac Biscuits (süße Kekse aus Mehl, Hafer, Goldsirup, Butter, Zucker, Kokosnuss und Sodabikarbonat) und Pavlova (Torte europäischen Ursprungs aus Baisergebäck, Schlagsahne und Früchten).<sup>90</sup> Des Weiteren sind in Neuseeland Breakfast Biscuits (Frühstückskekse) beliebt, welche anstelle eines Frühstücks verzehrt werden können, oft aus Vollkornmehl hergestellt werden und häufig Nüsse, getrocknete Früchte und Honig enthalten.

---

<sup>89</sup> Research and Markets (2019): „Bakery Product Manufacturing in New Zealand“, unter <https://www.researchandmarkets.com/reports/4578122/bakery-product-manufacturing-in-new-zealand>, aufgerufen am 03.11.2020.

<sup>90</sup> Taste Atlas (2020): „Most popular New Zealand Desserts“, unter <https://www.tasteatlas.com/most-popular-desserts-in-new-zealand>, aufgerufen am 19.11.2020.

## 6.2 Überblick über die lokalen Produktionen

Insgesamt sind rund 1.300 neuseeländische Backwarenproduzenten und über 5.500 Beschäftigte im Markt aktiv. Geografisch konzentrieren sich die meisten handwerklichen Hersteller auf die urbanen Ballungszentren des Landes (siehe Abbildung 23). Dabei sind allein 543 Unternehmen in der Wirtschaftsmetropole Auckland angesiedelt. Es folgen die flächenmäßig größte Region der neuseeländischen Nordinsel Waikato (153 Unternehmen), die Hauptstadt Wellington (138 Unternehmen) und mit etwas mehr Abstand die auf der Südinsel gelegene Region Canterbury (96 Unternehmen) und die wiederum auf der Nordinsel gelegene Bay of Plenty (78 Unternehmen).

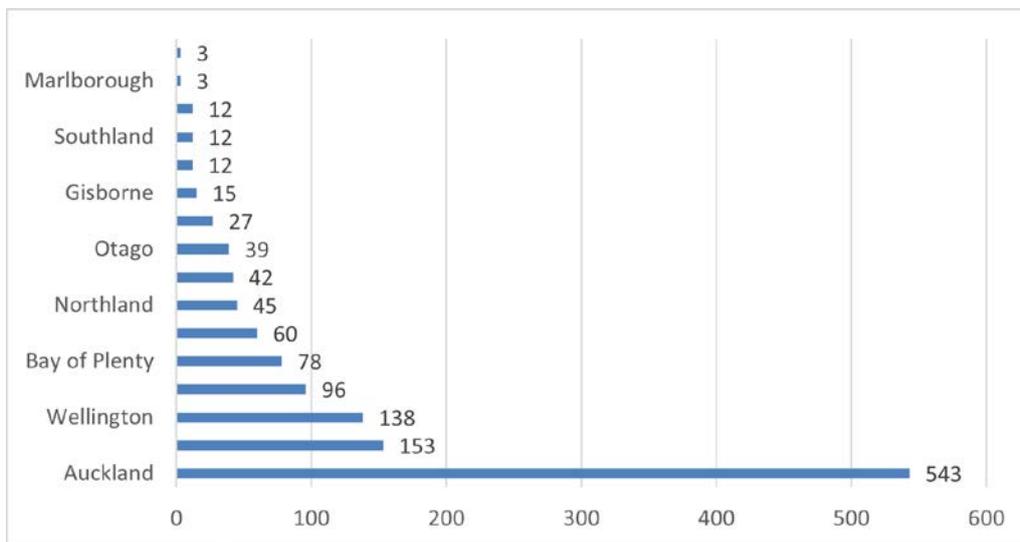


Abbildung 23: Verteilung der handwerklichen Backwarenhersteller nach Region (Stand 2020)

Quelle: Figure.nz (2020), eigene Darstellung

Ein im Verhältnis ähnliches Bild zeigt sich in der industriellen Kuchen- und Gebäckherstellung (siehe Abbildung 24) Hier sind 45 produzierende Betriebe in Auckland, 15 in Canterbury, 12 in Bay of Plenty und 9 in Waikato angesiedelt.

## 6. Backwarenindustrie

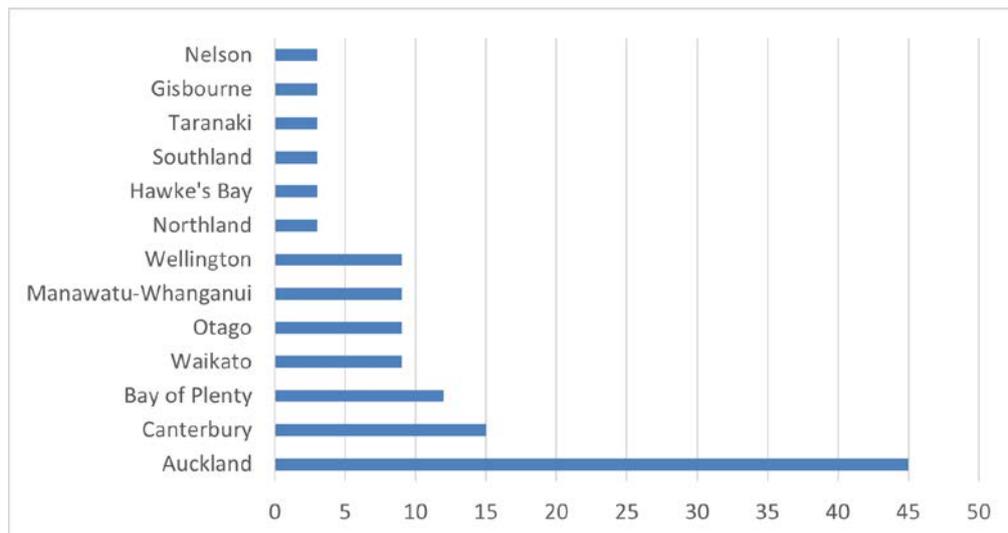


Abbildung 24: Geografische Verteilung der neuseeländischen industriellen Hersteller von Kuchen und Gebäck (Stand 2020)

Quelle: Figure.nz (2020), eigene Darstellung

### 6.3 Marktgröße und Preisindex

Die gesamte Backwarenindustrie Neuseelands hat einen Wert von 664 Mio. USD. Einen großen Teil hiervon macht die Keksideustrie aus. Betrachtet man den Durchschnittspreis für Kekse in den letzten acht Jahren, wird deutlich, dass dieser zwischen 2012 – 2020 zunächst stagnierte und dann seit Ende 2017 leicht sank (siehe Abbildung 25). Während 250 g Kekse im Zeitraum Juni 2014 – Juni 2017 im Durchschnitt 2,27 NZD (1,34 EUR) kosteten, waren es im Zeitraum Juni 2017 – Juni 2020 im Durchschnitt 2,16 NZD (1,27 EUR). Zuletzt (Juni 2020) betrug der Kekspreis 2,30 NZD (1,35 EUR).<sup>91</sup>

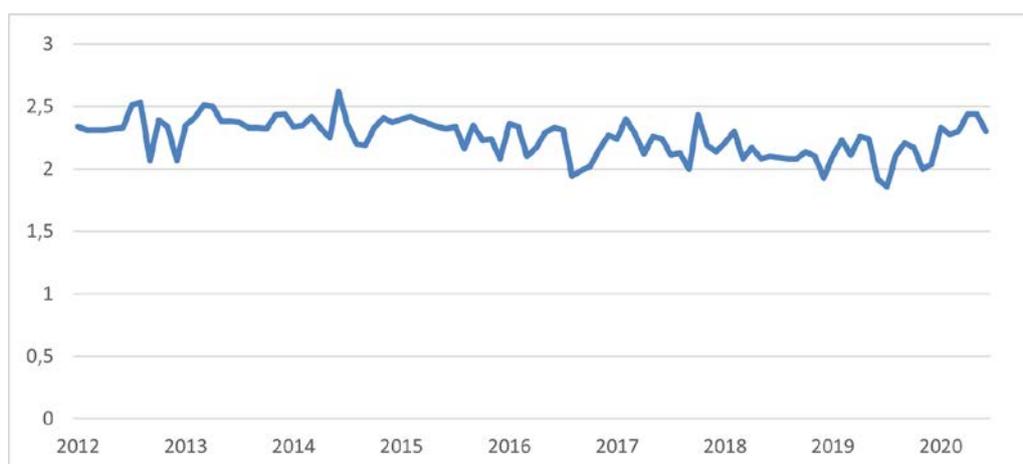


Abbildung 25: Preisentwicklung von Keksen ohne Überzug (plain biscuits), 250 g, 2012 – 2020 (in NZD)

Quelle: Figure.nz (2020), eigene Darstellung

<sup>91</sup> Figure.nz (2020): „Retail price of plain biscuits in New Zealand“, unter <https://figure.nz/chart/WNZOpEoBKRYz4hBh-f6DWZrdURRyWrWo0>, aufgerufen am 30.11.2020.

## 6. Backwarenindustrie

Dass es sich bei dem leichten Preisrückgang um einen allgemeinen Trend der Keksideustrie handelt, lässt sich außerdem gut an Schokoladenkekse erkennen (siehe Abbildung 26). Während der Preis für 200 g Schokoladenkekse noch bis einschließlich 2014 meist über der 3 NZD-Marke (1,77 EUR) lag, ist dieser seit April 2015 konstant auf unter 3 NZD gefallen. Zwischen Juni 2017 – Juni 2020 lag der Preis durchschnittlich bei 2,74 NZD (1,61 EUR), im Juni 2020 bei 2,73 NZD. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei Frühstückskexen. Nachdem 200 g im Juni 2015 noch 1,2 NZD (0,71 EUR) kosteten, lag der Preis im Juni 2017 nur noch bei 1,13 NZD (0,66 EUR) und sank im Juni 2020 auf 1,09 NZD (0,64 EUR) ab.<sup>92</sup> Der leicht sinkende Kekspreis der letzten Jahre ist ein Indiz dafür, dass der Markt für Kekse in Neuseeland hart umkämpft ist.

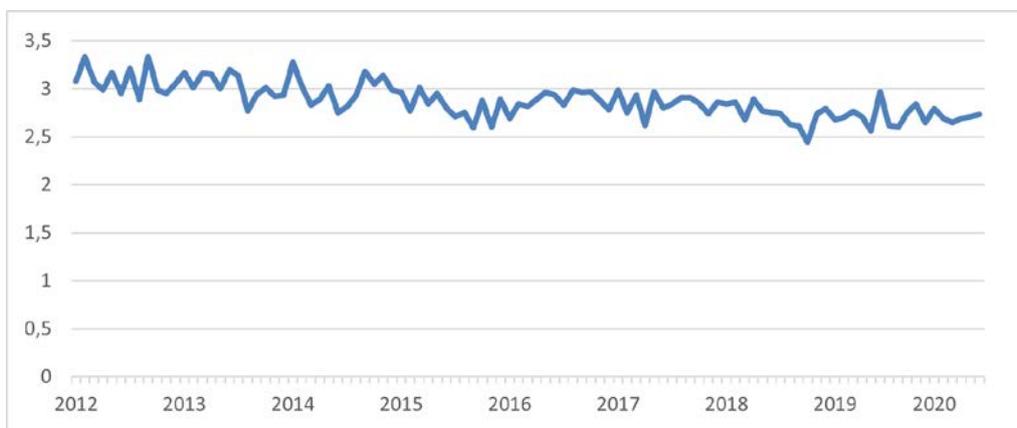


Abbildung 26: Preisentwicklung von Schokoladenkekse, 200 g, 2012 – 2020 (in NZD)

Quelle: Figure.nz (2020), eigene Darstellung

Bei Kuchen lässt sich im Gegensatz zu Keksen eine klare Preissteigerung erkennen. Während im Juni 2020 eine Einheit Kuchen 3,74 NZD kostete, stieg der Preis stetig an und lag im Juni 2018 bei 4,05 NZD. Im Juni 2020 betrug der Preis 4,53 NZD, was ein Rekordwert ist.<sup>93</sup>

### 6.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

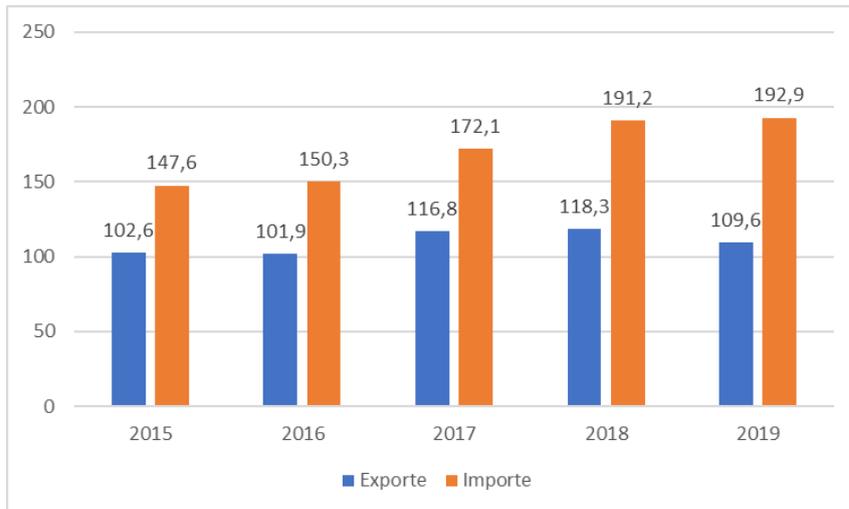
Die neuseeländischen Exporte der HS-Warengruppe 1905 (Backwaren, auch kakaohaltig, Hostien, leere Oblatenkapseln von der für Arzneiwaren verwendeten Art, Siegeloblaten, getrocknete Teigblätter aus Mehl oder Stärke und ähnliche Waren) stiegen im Zeitraum 2015 – 2019 an, wobei im Jahr 2019 ein erheblicher Rückgang im Vergleich zu den beiden Vorjahren zu verzeichnen war. Während im Jahr 2018 noch ein Höchstwert von 118,33 Mio. USD gemessen wurde, waren es 2019 nur noch 109,69 Mio. USD. Die Importzahlen lagen im selben Zeitraum insgesamt höher und verzeichneten einen durchweg

<sup>92</sup> Figure.nz (2020): „Retail price of breakfast biscuits in New Zealand“, unter <https://figure.nz/chart/WNZOpEoBKRYz4hBh-B75DJd8AVWQ3S4n4>, aufgerufen am 27.11.2020.

<sup>93</sup> Figures.nz (2020): „Retail price of cakes and biscuits in New Zealand“, unter <https://figure.nz/chart/WNZOpEoBKRYz4hBh-U2EJjM35SOLccV3l>, aufgerufen am 30.11.2020.

## 6. Backwarenindustrie

positiven Trend. Während hier im Jahr 2015 noch 147,58 Mio. USD erwirtschaftet wurden, lag der Höchstwert im Jahr 2019 bei 192,88 Mio. USD Importvolumen.<sup>94</sup>



**Abbildung 27: Neuseeländische Ex- und Importe im Bereich Backwaren, 2015 – 2019 (HS-Code 1905, in Mio. USD)**

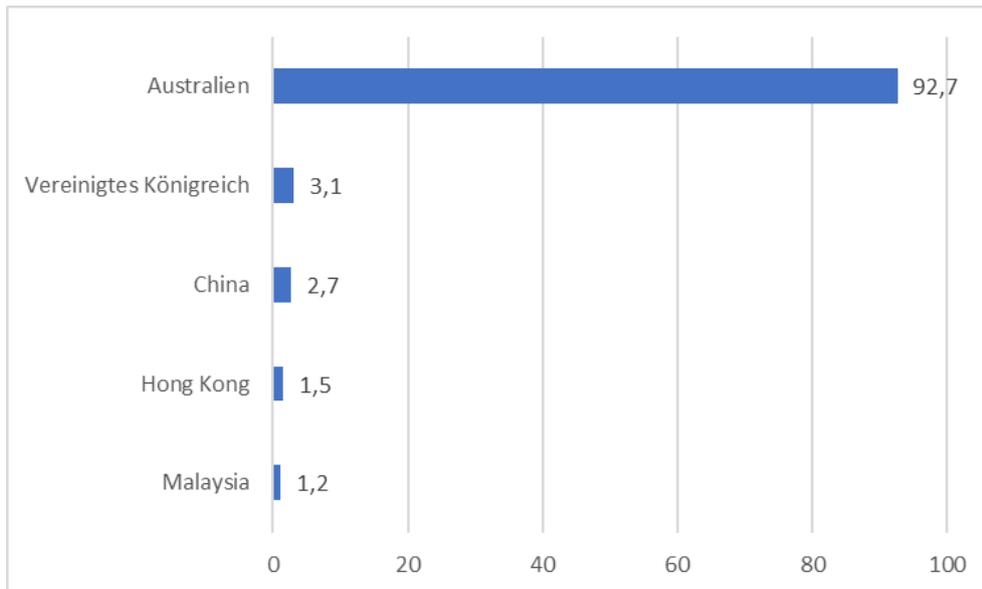
Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Aufgeschlüsselt nach Import- und Exportmärkten zeigt sich folgendes Bild: Größter Abnehmer der neuseeländischen Exporte der HS-Warengruppe 1905 war im Jahr 2019 mit 109,61 Mio. USD Australien. Weit abgeschlagen folgten die Zielregionen Vereinigtes Königreich und China. Deutschland befindet sich aktuell nicht unter den ersten 48 direkten Exportmärkten für diese Warengruppe. Auch im Bereich der Importe ist Australien mit einem Handelsvolumen von 192,88 Mio. USD im Jahr 2019 wichtigster Handelspartner, gefolgt von China und Thailand. Deutschland belegt mit einem Wert von 2,15 Mio. USD Platz 15 unter den Importländern in diesem Bereich.<sup>95</sup>

<sup>94</sup> UNComtrade (2020): „UN Comtrade Database, HS 1905“, unter <https://comtrade.un.org/data/>, aufgerufen am 30.11.2020.

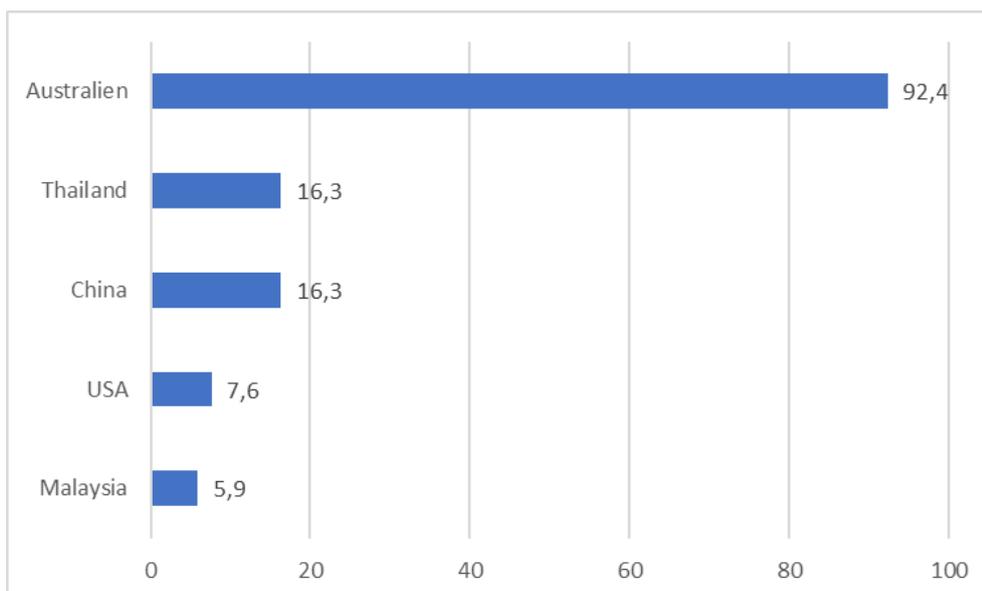
<sup>95</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

## 6. Backwarenindustrie



**Abbildung 28: Zielländer neuseeländischer Exporte im Bereich Backwaren im Jahr 2019 (HS-Code 1905, in Mio. USD)**

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung



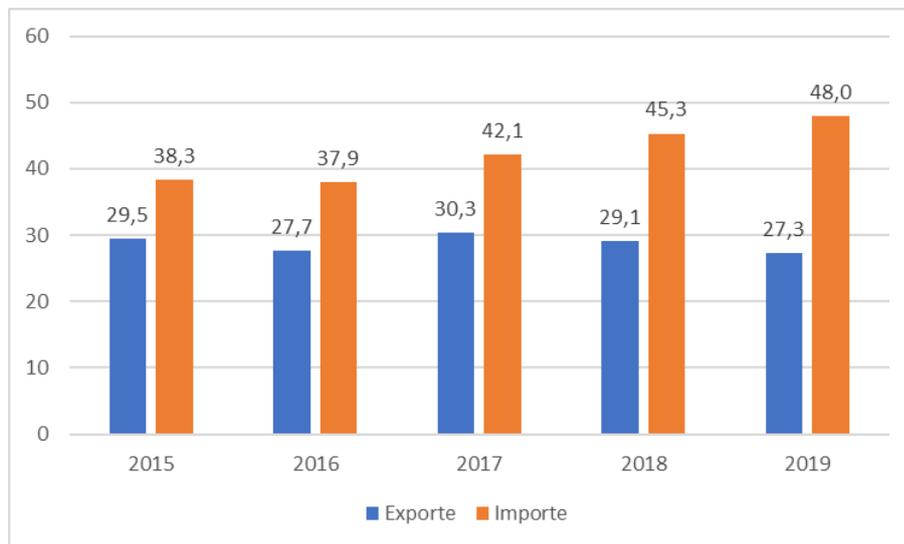
**Abbildung 29: Herkunftsländer neuseeländischer Importe im Bereich Backwaren 2019 (HS-Code 1905, in Mio. USD)**

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Eine im Bereich der Backwaren ebenfalls relevante Produktgruppe ist die HS-Warengruppe 1905.31 (Kekse und ähnliches Kleingebäck, gesüßt). Hinsichtlich der Exportentwicklungen war hier innerhalb der vergangenen fünf Jahre ein leichter Rückgang zu verzeichnen, wobei die Ausfuhrzahlen schwankten. Während im Jahr 2015 noch Ausfuhren im Wert von 29,53 Mio. USD verzeichnet wurden, sanken die Exporte leicht ab, um sich im Jahr 2017 wiederum auf den Höchstwert von 30,33 Mio. USD zu steigern. Ab diesem Zeitpunkt ließ sich eine negative Tendenz verzeichnen, die im Jahr 2019 zuletzt in einem Wert von

## 6. Backwarenindustrie

27,30 Mio. USD mündete. Ähnlich wie bei der zuvor dargestellten HS-Warengruppe 1905 weisen auch bei der HS-Warengruppe 1905.31 die Importzahlen eine mehrheitlich positive Tendenz auf. So nahmen die Importe im Zeitraum 2015 (38,35 Mio. USD) – 2019 (48,03 Mio. USD) insgesamt merklich zu; einzig das Jahr 2016 stellte mit 37,92 Mio. USD eine Ausnahme dar.<sup>96</sup>



**Abbildung 30: Neuseeländische Ex- und Importe im Bereich Kekse und Kleingebäck, 2015 – 2019 (HS-Code 1905.31, in Mio. USD)**

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Auch die einzelnen Ein- und Ausfuhrmärkte der HS-Warengruppe 1905.31 ähneln denen der zuvor beleuchteten Produktgruppe. Im Bereich der Exporte ist das benachbarte Australien mit 20,84 Mio. USD dominierend. Die Zielmärkte China (rund 2 Mio. USD) und Malaysia (rund 1 Mio. USD) folgen, kommen aber nicht im Entferntesten an die Handelsvolumina Australiens heran. Auch hier befindet sich Deutschland nicht unter den zentralen Exportregionen. Auch neuseeländische Importe der hier analysierten Warengruppe erfolgen vorrangig aus Australien (25,10 Mio. USD). Weitere zentrale Einfuhrmärkte sind Thailand mit Lieferungen in Höhe von 3,38 Mio. USD und Indonesien mit Importen in Höhe von 2,75 Mio. USD. Unter den Importnationen belegt Deutschland bei dieser Warengruppe den 22. Platz, womit es im Jahr 2019 Waren im Wert von 216,302 USD importierte.<sup>97</sup>

<sup>96</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

<sup>97</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

## 6. Backwarenindustrie

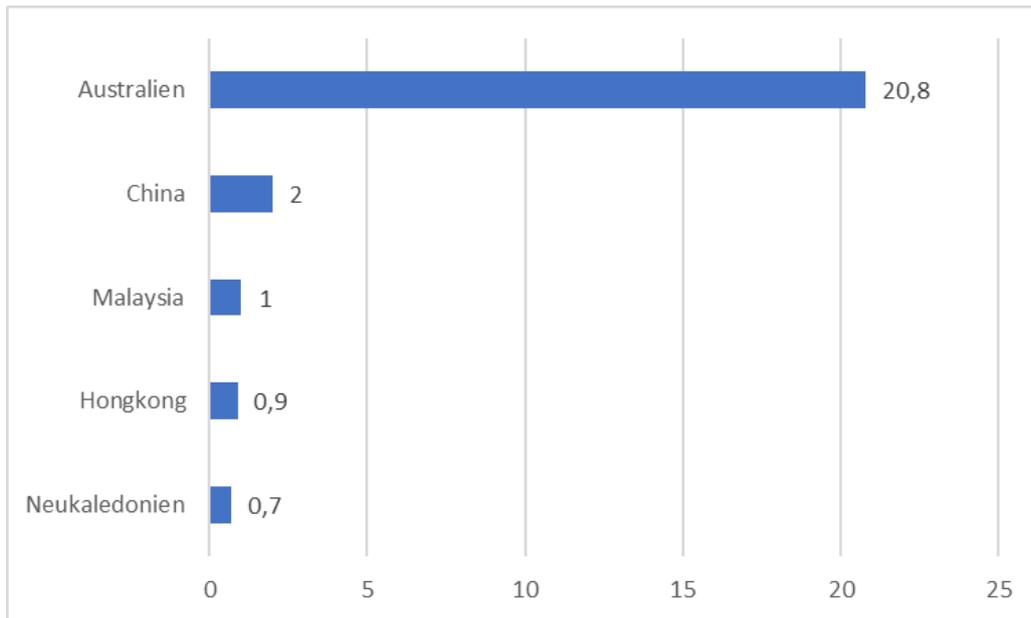


Abbildung 31: Zielländer neuseeländischer Exporte im Bereich Kekse und Kleingebäck 2019 (HS-Code 1905.31, in Mio. USD)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

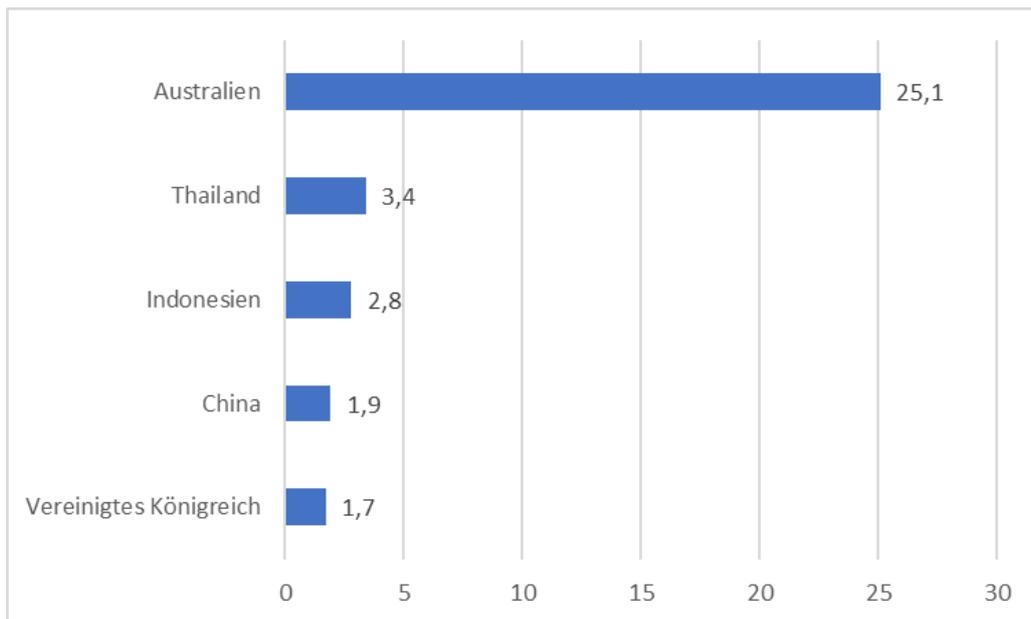


Abbildung 32: Herkunftsländer neuseeländischer Importe im Bereich Kekse und Kleingebäck 2019 (HS-Code 1905.31, in Mio. USD)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

### 6.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Der Markt für Backwaren wird von zwei großen Herstellern dominiert: Griffin's Foods Limited und der australische Hersteller Arnott's. Beide zusammen teilen über die Hälfte des neuseeländischen Marktes für süßes Gebäck untereinander auf. Neben den beiden großen

## 6. Backwarenindustrie

Akteuren existieren mittlerweile viele kleine und mittlere Hersteller, die sich jedoch oft auf eine Produktnische spezialisiert haben.<sup>98</sup>

Im Zuge des gesundheitsbewussteren Lebensstils der Neuseeländer sind traditionsreiche Produkte wie süße Kekse und Gebäck weniger nachgefragt. Viele kleinere Hersteller legen ihren Fokus daher verstärkt auf Protein-, Energieriegel oder Gebäck mit einem erhöhten Frucht- oder Nussanteil.<sup>99</sup>

### 6.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

#### Arnott's Biscuits Ltd.

Firma	Arnott's Biscuits Ltd.
Gründung	1865
Geschäftsführer	Michael Cullerne (Geschäftsführer Neuseeland)
Hauptsitz	Sydney, Australien
Umsatz (2018)	1,04 Mrd. AUD (641 Mio. EUR) <sup>100</sup>
Marktanteile	k. A.

Arnott's ist der größte Backwarenhersteller Australiens und dortiger Marktführer. Das Unternehmen ist seit dem Jahr 1965 in Neuseeland und hat sich dort zu einem der Marktführer entwickelt. Arnott's ist auf Kekse und Keksprodukte jeglicher Art spezialisiert. Neben normalen Keksen sind Tim Tams sehr populär, längliche und mit Schokolade überzogene Doppelkekse mit verschiedenen Füllungen. Einige Produkte der Farmbake-Serie (Crunchy Oat & Fruit, Triple Choc und weitere) werden eigens für den neuseeländischen Markt produziert.

<sup>98</sup> Coriolis (2017): „The investor's guide to the New Zealand processed food industry 2017“, unter [https://www.naturalhealthproducts.nz/wp-content/uploads/2017/07/coriolis\\_fbip\\_2017\\_processed-food\\_FINAL\\_100.pdf](https://www.naturalhealthproducts.nz/wp-content/uploads/2017/07/coriolis_fbip_2017_processed-food_FINAL_100.pdf), aufgerufen am 27.11.2020.

<sup>99</sup> NZherald (2018): „2018's biggest food trends: Flexitarians, cookie dough and dude food“, unter <https://www.nzherald.co.nz/lifestyle/2018s-biggest-food-trends-flexitarians-cookie-dough-and-dude-food/3D6565IRWIHO6MTK3CEDCSBDUA/>, aufgerufen am 27.11.2020.

<sup>100</sup> The Sydney Morning Herald (2019): „Barbarians snatch Tim Tams? Arnott's set to be acquired by KKR in \$3b deal“, unter <https://www.smh.com.au/business/companies/barbarians-snatch-tim-tams-arnott-s-set-to-be-acquired-by-kr-in-3b-deal-20190724-p52a71.html>, aufgerufen am 30.11.2020.

## 6. Backwarenindustrie



Abbildung 33: Auswahl von Backwarenprodukten von Arnott's in Neuseeland

Quelle: Arnott's Biscuits Limited (2020).

### Bakers Delight (NZ) Ltd.

Firma	Bakers Delight (NZ) Ltd.
Gründung	1980
Geschäftsführer	Elise Gillespie, David Christie
Hauptsitz	Camberwell, Victoria (Hauptsitz in Australien; weitere Niederlassungen Australien, Neuseeland, Kanada, USA)
Umsatz (2019)	347,2 Mio. USD (292,29 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

Die familiengeführte Bäckereikette Bakers Delight wurde 1980 in Hawthorn, Victoria (Australien) gegründet. Heute gilt das Franchiseunternehmen als erfolgreichste Bäckereikonzession des Landes und ist an über 700 Standorten in Australien, Kanada, den USA und Neuseeland vertreten.

Die Bäckerei produziert ein breites Produktsortiment, welches von klassischen Broten bis hin zu handwerklich hergestellten Sauerteigen reicht. Zu den Spezialitäten zählen mitunter Brownies, Tartes, saisonales Gebäck wie etwa Weihnachtsgebäck, Donuts, Pizzen und gefüllte Taschen, Wraps, Blätterteiggebäck, Scones und weitere süße und salzige Produkte.<sup>101</sup>

<sup>101</sup> Bakers Delight (2020): "About Us", unter <https://www.bakersdelight.co.nz/company/>, aufgerufen am 10.11.2020.

## 6. Backwarenindustrie



Abbildung 34: Auswahl von Backwaren von Bakers Delight

Quelle: Bakers Delight (2020)

### Brumby's Bakeries (NZ) Ltd.

Firma	Brumby's Bakeries (NZ) Ltd.
Gründung	1975
Geschäftsführer	Terry O'Dwyer (Vorsitzender), Michael Sherlock (Direktor)
Hauptsitz	Camberwell, Victoria (Hauptsitz in Australien)
Umsatz (2019)	k. A.
Marktanteile	k. A.

Die Kette Brumby's Bakeries schreibt sich auf ihre Fahne, „die perfekte Kreation aus einfachen Zutaten zu formen.“<sup>102</sup> Der Brotspezialitätenhändler wurde im Jahr 1975 im viktorianischen Vorort Ashburton (Australien) unter dem damaligen Namen Old Style Bread Centre gegründet. In den 1980er Jahren erfolgte die Umbenennung in Brumby's Bakeries, das Franchisesystem wurde in den 1990er Jahren eingeführt. Seit 1995 ist Brumby's in Neuseeland etabliert. Im Jahr 2019 wurde Brumby's von der Cafékette Coffee & Bakery Systems (NZ) erworben.

Die Marke steht für täglich frisch gebackenes Brot, ein großes Angebot an süßen Backwaren und heißen, herzhaften Produkten. Die Erzeugnisse werden unter den vier Produktkategorien Brot, herzhaft Produkte, süße Produkte und Brötchen vertrieben.<sup>103</sup>

<sup>102</sup> Brumby's Bakeries (2020): „a. a. O.“

<sup>103</sup> Brumby's Bakeries (2020): a. a. O.

## 6. Backwarenindustrie



Abbildung 35: Auswahl von Backwaren von Brumby's Bakeries

Quelle: Brumby's Bakeries (2020)

### Griffin's Foods Ltd.

Firma	Griffin's Foods Ltd.
Gründung	1895
Geschäftsführer	James Go
Hauptsitz	Auckland, Neuseeland
Umsatz (Geschäftsjahr 2018/19)	267 Mio. NZD (155,2 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

Griffin's Foods ist einer der Marktführer für Backwaren in Neuseeland. Das Sortiment des Herstellers umfasst eine Vielzahl von Keksen ohne und mit Füllungen. Ein ikonisches Produkt von Griffin's ist außerdem Chit Chat, welches aus zwei Schokoladenkeksen mit einer Schokoladencremefüllung und Schokoladenüberzug besteht. Eine eigene Produktreihe wird speziell für Kinder angeboten (u. a. Shrewsbury Smiles und Cookie Bear). Während alle süßen Backwaren unter der Marke Griffin's vertrieben werden, bietet das Unternehmen mit der Marke Huntley & Palmers verschiedene Cracker und Knäckebröte mit verschiedenen Geschmacksrichtungen an. Eine eigene Produktreihe richtet sich außerdem an Kinder.



Abbildung 36: Auswahl von Backwarenprodukten von Griffin's Foods

Quelle: Kiwi Corner Dairy (2020)

The Cheesecake Shop (NZ) Ltd.

Firma	The Cheesecake Shop (NZ) Ltd.
Gründung	1991
Geschäftsführer	Ken Rosebery (Managing Director, Australien), David Reid (General Manager, Neuseeland)
Hauptsitz	Sydney, Australien
Umsatz (2014)	61,9 Mio. EUR
Marktanteile	k. A.

Das Unternehmen The Cheesecake Shop wurde 1991 im westlichen Sydney-Vorort Rozelle gegründet. Im Jahr 1995 wurde die erste Filiale in Neuseeland eröffnet. Heute tragen 225 Bäckereien und über 2 tsd. Angestellte in Australien, Kanada, den USA und Neuseeland zum Erfolg der Kette bei. Dabei sind nahezu alle Geschäfte in unabhängigem Besitz und werden von qualifizierten Franchisenehmern betrieben. Für sein Konzept wurde The Cheesecake Shop im Jahr 1997 in Australien mit der Auszeichnung „Franchise System of the Year“ ausgezeichnet. Seit 2017 ist das Unternehmen mit einer Filiale in Christchurch erstmals auf der neuseeländischen Südinself tätig.

Im Jahr 2016 wurde eine Initiative zur Modernisierung der Bäckereikette gestartet, um die Produktqualität, Effizienz und Konsistenz des Bäckereien-Netzwerks langfristig zu gewährleisten. Zusätzlich zum Franchising-Geschäft wurde hier zur Unterstützung der Einzelhandelsbäckereien ein Betrieb für die Lieferung von Zutaten unter dem Namen United Network Suppliers gegründet. Das Sortiment der Kette reicht von gebackenen Cheesecakes und Torten bis hin zu Cupcakes, Kerzen und Kuchentoppings bzw. -dekoration.



Abbildung 37: Auswahl von Backwaren von The Cheesecake Shop

Quelle: The Cheesecake Shop (2020)

## **6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten**

Der Markt für Backwaren in Neuseeland birgt für deutsche Hersteller sowohl Potenzial als auch Risiken. Zunächst übersteigen die neuseeländischen Importe von Backwaren traditionell die Exporte, sodass das Land einen kaufkräftigen Markt für deutsche Importbackwaren darstellt. Der größte Player bei Importen nach Neuseeland ist Australien, das für mehr als die Hälfte der Wareneinfuhren verantwortlich ist. Nach den asiatischen Ländern stehen die europäischen Staaten aber noch vor Nordamerika an dritter Stelle. Im Jahr 2018 konnte Deutschland seine Ausfuhren im Vergleich zum Vorjahr steigern.

Kekse und ähnliche Backwaren werden in Neuseeland immer beliebter. Durch den Trend weg von den starren Mahlzeiten (in Neuseeland insbesondere Frühstück und Abendessen) steigt der Konsum von Snackprodukten an. Gleichzeitig werden die Konsumenten immer gesundheitsbewusster, sodass versucht wird, stark zuckerhaltige Artikel verstärkt zu vermeiden und auf frucht- und nusshaltige Kekse sowie Kekse mit weniger Zucker und Fett umzusteigen. Dennoch bleiben traditionelle Kekse mit hohem Zuckergehalt sowie Kuchen und Torten das Rückgrat der Branche. Die Preise dieser Produkte steigen in den letzten Jahren konstant an.

Der neuseeländische Markt für Kekse wird von den zwei großen Herstellern Griffin's Foods und Arnott's beherrscht, was kleineren Unternehmen den Markteinstieg erschwert. Trotz der oligopolartigen Marktkonzentration ist es einer Vielzahl von kleineren neuseeländischen Herstellern gelungen, sich erfolgreich am Markt zu etablieren. Demnach können auch ausländische Unternehmen erfolgreich am neuseeländischen Markt für Backwaren Fuß fassen. Zu beachten ist aber der hohe Preisdruck am neuseeländischen Markt, der dazu führt, dass der Preis für Kekse derzeit am Sinken ist.

In Neuseeland sind Produkte populär, welche in dieser Form in Deutschland kaum verbreitet sind, insbesondere der Frühstückskeks (breakfast biscuit). Für deutsche Hersteller, die nach Neuseeland exportieren wollen, ist es daher ratsam, sich zunächst mit der genauen Produktstruktur des Marktes auseinanderzusetzen. Wie bei vielen anderen Branchen lohnt es sich auch bei Backwaren, aufgrund ähnlicher Konsumentenverhalten und Marktstrukturen, einen gemeinsamen Markteinstieg in Australien und Neuseeland in Erwägung zu ziehen.

## 7. Cerealienindustrie

### 7.1 Kurze Einführung in den Markt

Cerealien sind wie in Australien essenzieller Bestandteil eines vollen Frühstücks in Neuseeland. Ein typisches neuseeländisches Frühstück beinhaltet meistens Toast mit Kaffee, Tee, Milch oder Saft und Cerealien. Besonders bei Kindern sind die berühmten Weet-Bix sehr beliebt.<sup>104</sup> Weet-Bix ist ein ballaststoffreiches und zuckerarmes Frühstückscerealienprodukt, das in Australien und Neuseeland von der Sanitarium Health and Wellbeing Company (im Folgenden Sanitarium) hergestellt wird.

Generell sind Cerealien v. a. bei Kindern sehr beliebt, aber auch mehr und mehr Erwachsene starten den Tag mit Frühstückscerealien. Nichtsdestotrotz ist das Wachstum im Markt eher moderat, da Cerealienprodukte den Ruf haben, sehr zuckerhaltig zu sein. Nährwert und Geschmack stehen daher im Mittelpunkt der neuen Produkte. Hierdurch wird versucht, die teils negative Gesundheitswahrnehmung umzudrehen. Die Nachfrage nach Frühstückscerealien blieb in den vergangenen Jahren mehr oder weniger konstant, wohingegen Müsli und Granola eindeutig von dem Wandel im Verbraucherverhalten hin zum Verzehr von gesünderen Produkten profitieren. Produkte, die verstärkt auf Wellness und Gesundheit setzen, sind auch in dieser Kategorie stark nachgefragt.

### 7.2 Überblick über die lokalen Produktionen

Die Anzahl an Herstellern im Bereich Cerealien ist in Neuseeland in den letzten 20 Jahren erheblich gewachsen. Waren es im Jahr 2000 noch 18 Hersteller in der Herstellerkategorie Cerealien, Pasta und Backmischungen, stieg die Anzahl im Jahr 2020 auf 36 Hersteller.<sup>105</sup> Die meisten Hersteller konzentrieren sich in und um der Hauptstadt Auckland (18 Hersteller). In den Regionen Wellington, Hawke's Bay Region, Canterbury und Otago sitzen jeweils drei Hersteller.<sup>106</sup>

### 7.3 Marktgröße und Preisindex

Der Markt für Frühstückscerealien verzeichnete in den letzten Jahren ein eher mäßiges Wachstum. Durch die sich wandelnden Konsumgewohnheiten der Neuseeländer geht der Trend verstärkt in Richtung Frühstückssnacks bzw. hin zu einem schnellen Frühstück „To Go“. Immer weniger Neuseeländer genießen ein ausgedehntes Frühstück. Wachstum

<sup>104</sup> New Zealand Global (2020): „New Zealand Food“, unter <http://www.newzealand.cl/food.htm#:~:text=Breakfast,the%20photo%20at%20the%20top>., aufgerufen am 17.11.2020.

<sup>105</sup> NZ Stats (2020): „Enterprises by industry 2000 – 2020“, unter [http://nzdotstat.stats.govt.nz/wbos/Index.aspx?DataSetCode=TABLECODE7604&\\_ga=2.56791530.1171051691.1605632885-27638262.1603457460#](http://nzdotstat.stats.govt.nz/wbos/Index.aspx?DataSetCode=TABLECODE7604&_ga=2.56791530.1171051691.1605632885-27638262.1603457460#)., aufgerufen am 17.11.2020.

<sup>106</sup> NZ Stats (2020): „Geographic units by region and industry 2000-2020“, unter [http://nzdotstat.stats.govt.nz/wbos/Index.aspx?DataSetCode=TABLECODE7604&\\_ga=2.56791530.1171051691.1605632885-27638262.1603457460#](http://nzdotstat.stats.govt.nz/wbos/Index.aspx?DataSetCode=TABLECODE7604&_ga=2.56791530.1171051691.1605632885-27638262.1603457460#)., aufgerufen am 17.11.2020.

## 7. Cerealienindustrie

verzeichnen daher mehrere kleinere Unterkategorien, die das klassische Segment der Frühstückscerealien herausfordern. Eine verstärkte Nachfrage erfahren v. a. Müslis und Granolas, die schon verzehrbereit abgepackt und daher ideal zum Mitnehmen sind. Ebenso ist auch im Bereich Cerealien der Trend zu gesünderen und nährstoffreichen Produkten erkennbar. Besonders nachgefragt sind glutenfreie Produkte.<sup>107</sup>

Über die letzten 10 Jahre haben sich die Preise für Frühstückscerealien langsam nach oben entwickelt. Im Januar 2010 kostete eine 500-g-Packung Cornflakes im Supermarkt 3,11 NZD (umgerechnet 1,81 EUR). Stand Oktober 2020 kostet das gleiche Produkt 3,57 NZD, das sind umgerechnet 2,07 EUR.<sup>108</sup> Die preisliche Entwicklung ist in Abbildung 38 dargestellt. Generell sind Produkte im Bereich Frühstückscerealien im Oktober 2020 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,2 % gestiegen.<sup>109</sup>

Im Juni 2020 gaben neuseeländische Haushalte durchschnittlich 1,02 % ihres Einkommens für Frühstückscerealien aus. Im Vergleich zum September 2017 war das etwas weniger, damals betrug der Wert durchschnittlich 1,17 %.<sup>110</sup> Hierin spiegeln sich ebenfalls die rückläufigen Verkaufszahlen der letzten Jahre wider.

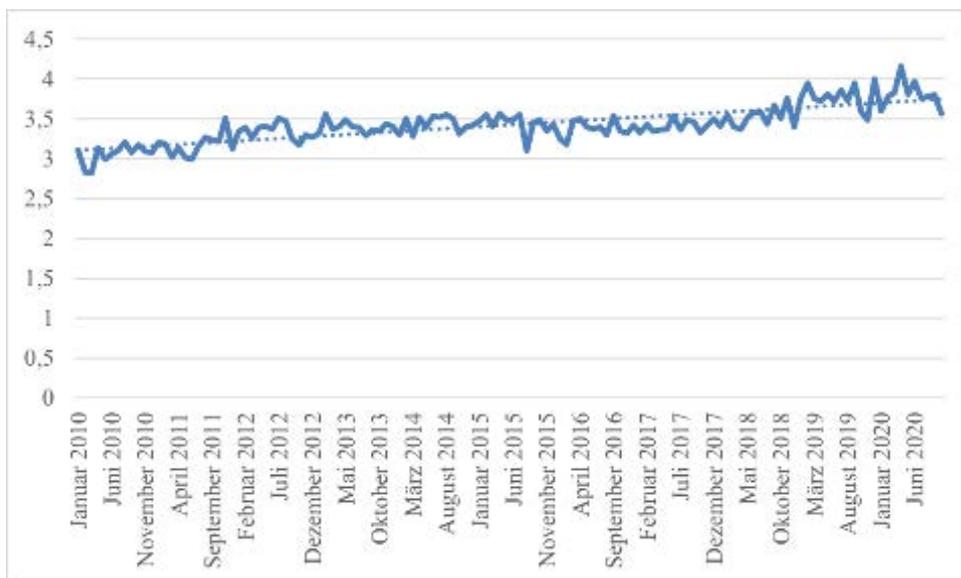


Abbildung 38: Preisliche Entwicklung 500 g Cornflakes, Januar 2010 – Oktober 2020 (in NZD)

Quelle: Stats NZ (2020), eigene Darstellung

<sup>107</sup> NZherald (2017): „Is this the death of breakfast cereal?“, unter <https://www.nzherald.co.nz/business/is-this-the-death-of-breakfast-cereal/UR2SDD4HBBWWIFMM74YZETTFEL/>, aufgerufen am 17.11.2020.

<sup>108</sup> Stats NZ (2020): „Food Price Index Selected Monthly Weighted Average Prices for New Zealand (Monthly)“, unter <http://infoshare.stats.govt.nz/infoshare/ViewTable.aspx?pxID=a676a3bf-85a4-4d0f-abb5-a1a481ba6022>, aufgerufen am 17.11.2020.

<sup>109</sup> Stats NZ (2020): a. a. O.

<sup>110</sup> Stats (2020): a. a. O.

## 7.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Produkte aus dem Bereich Cerealien fallen unter die HS-Warengruppe 1904. Bei Betrachtung der Ex- und Importe für Cerealien sind im Wesentlichen die folgenden HS-Warencodes der Kategorie 1904 miteinzubeziehen:

- 1904.10: Lebensmittel, durch Aufblähen oder Rösten von Getreide und Getreideerzeugnissen hergestellt (z. B. Cornflakes)
- 1904.20: Lebensmittelzubereitungen aus ungerösteten Getreideflocken oder aus Mischungen von ungerösteten und gerösteten Getreideflocken oder aus aufgeblähtem Getreide (z. B. Müsli)

Die gesamten neuseeländischen Importe von Waren aus der Gruppe 1904 betragen im Jahr 2019 rund 54,8 Mio. USD. Die Güter kamen überwiegend aus Australien (34,6 Mio. USD), dem Vereinigten Königreich (5,1 Mio. USD) sowie Thailand (4,4 Mio. USD) (vgl. Abbildung 39 und Abbildung 40). Deutschland nahm bei den Importen lediglich den 22. Platz ein, mit Wareneinfuhren in Höhe von 75.380 USD.<sup>111</sup>

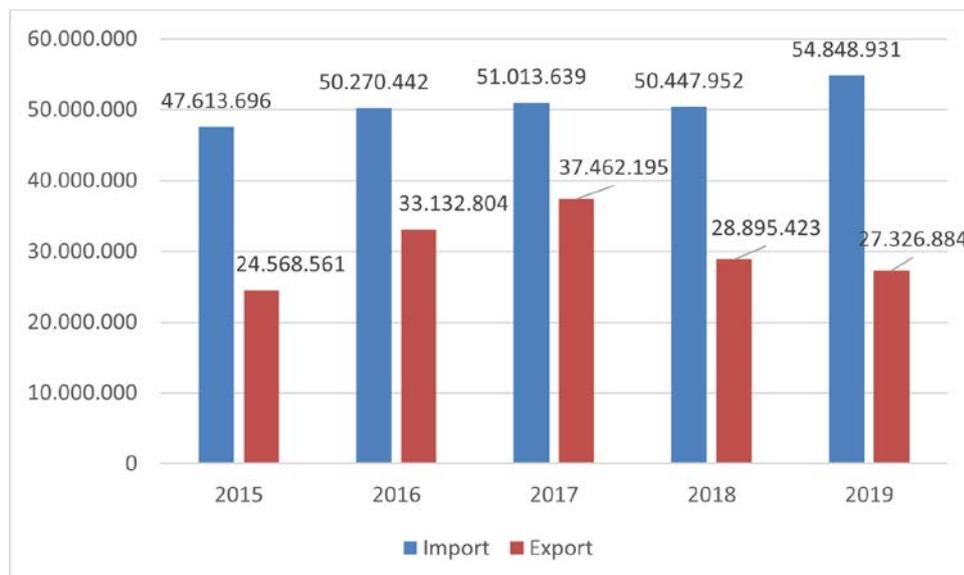


Abbildung 39: Neuseeland Im- und Exporte der Warengruppe HS 1904 (in USD, 2015 – 2019)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

<sup>111</sup> UNComtrade (2020): „UNComtrade Database, 1904“, unter <https://comtrade.un.org/data/>, aufgerufen am 20.11.2020.

## 7. Cerealienindustrie

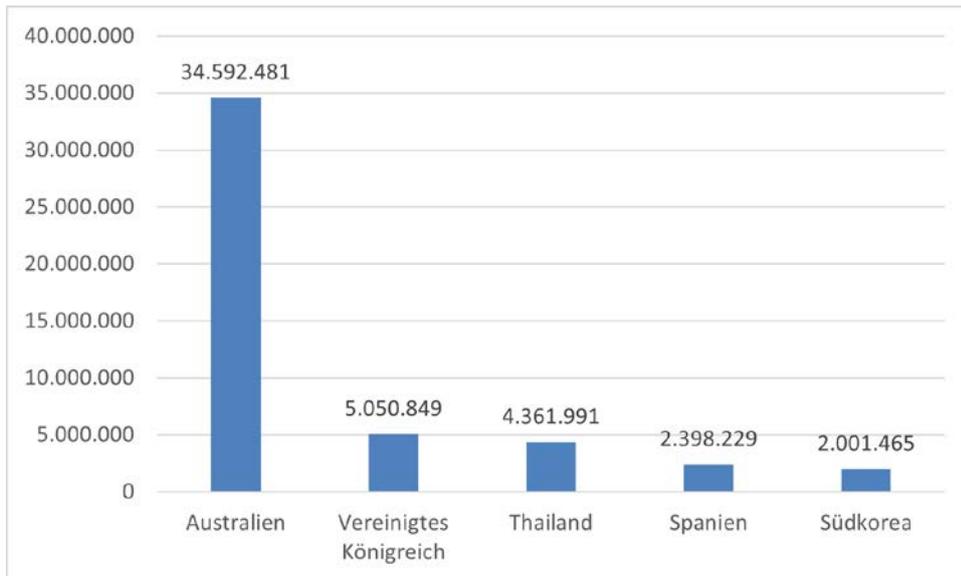


Abbildung 40: Top-5-Importländer Neuseeland Warengruppe HS 1904, Stand 2019 (in USD)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Die Exporte im Jahr 2019 lagen mit 27,3 Mio. USD deutlich unter den Importen. Das wichtigste Exportland ist hier ebenfalls mit deutlichem Abstand Australien mit Ausfuhren in Höhe von 17,4 Mio. USD. Lieferungen nach Deutschland sind mit 9 USD nicht erwähnenswert.<sup>112</sup>

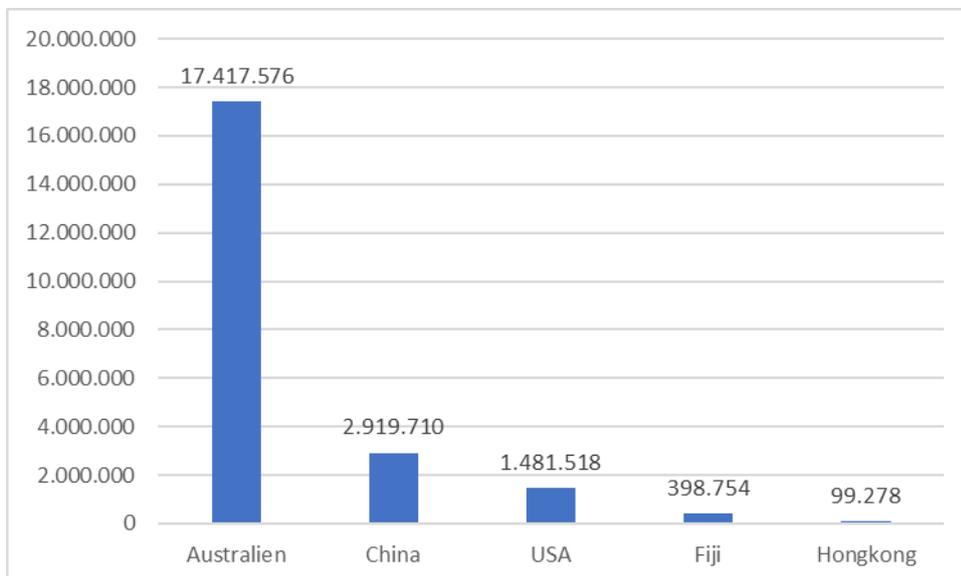


Abbildung 41: Top-5-Exportländer Neuseeland Warengruppe HS 1904, Stand 2019 (in USD)

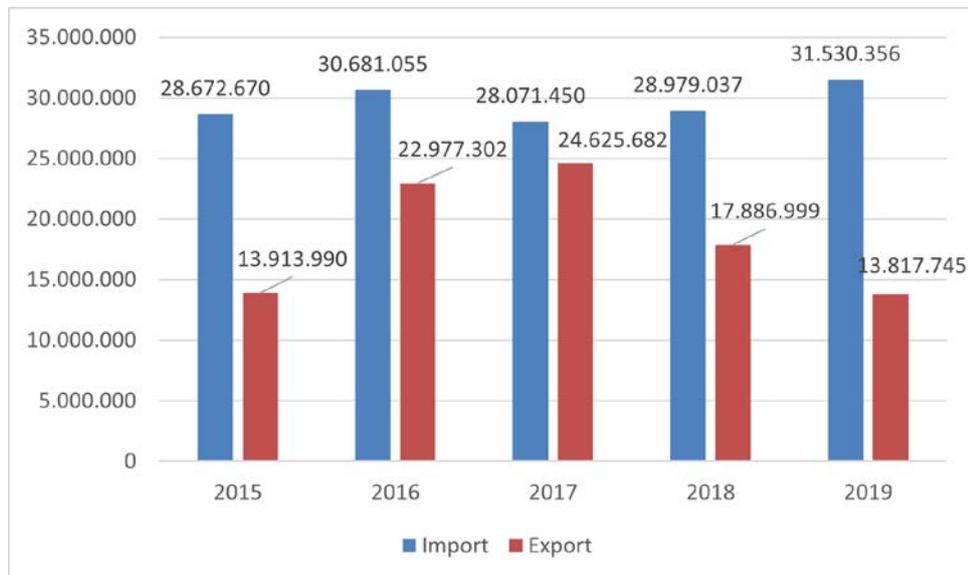
Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Rund 57 % der Importe im Jahr 2019 der Kategorie 1904 waren Produkte der HS-Warengruppe 1904.10, wie bspw. Cornflakes. Im Verlauf seit 2015 sind die Importzahlen

<sup>112</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

## 7. Cerealienindustrie

insgesamt gestiegen und zeigen seit 2017 ein konstantes Wachstum mit durchschnittlichen jährlichen Wachstumsraten von etwa 6 %. Im selben Zeitraum sind hingegen die Exporte bis zum Jahr 2017 stark angestiegen, lagen im Jahr 2019 jedoch leicht unter den Werten von 2015 (vgl. Abbildung 42).<sup>113</sup>



**Abbildung 42: Neuseeländische Im- und Exporte der Warengruppe HS 1904.10 (in USD, 2015 – 2019)**

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Da auch im Bereich Cerealien einige Hersteller in Australien sitzen und Produkte, die in Australien beliebt sind, auch in Neuseeland konsumiert werden, ist es nicht verwunderlich, dass Australien auch hier mit weitem Abstand das Hauptherkunftsland ist. So kommen rund 77 % der Importe aus dem Nachbarstaat. Deutschland liegt mit Lieferungen in Höhe von lediglich 68.190 USD auf Rang 18. Bei den neuseeländischen Exporten ist Deutschland nicht vertreten.<sup>114</sup>

<sup>113</sup> UNComtrade (2020): „UNComtrade Database, 1904.10“, unter <https://comtrade.un.org/data/>, aufgerufen am 20.11.2020.

<sup>114</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

## 7. Cerealienindustrie

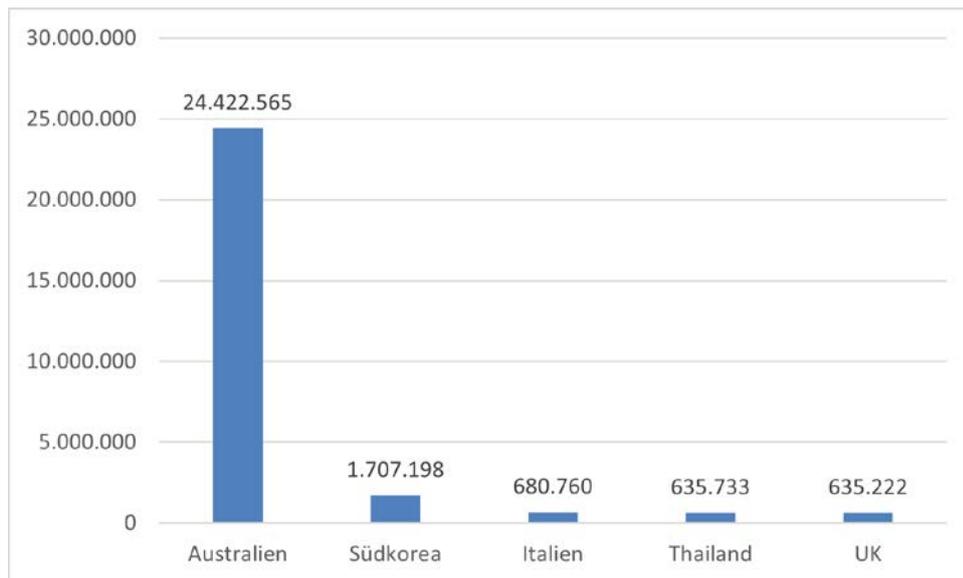


Abbildung 43: Top-5-Importländer Neuseeland Warengruppe HS 1904.10, Stand 2019 (in USD)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

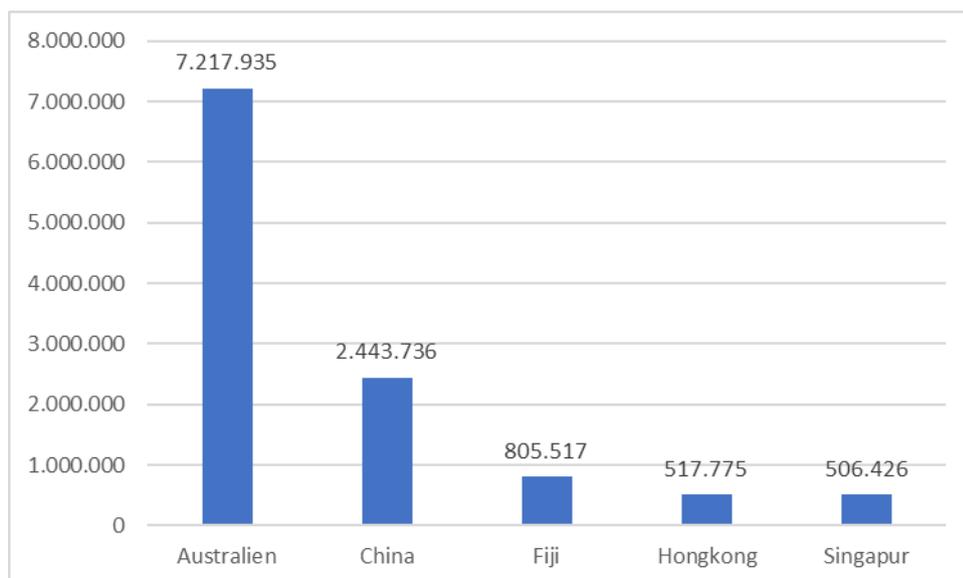


Abbildung 44: Top-5-Exportländer Neuseeland Warengruppe HS 1904.10, Stand 2019 (in USD)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Die HS-Warengruppe 1904.20, die Frühstücksflocken und Müslis beinhaltet, machte im Jahr 2019 etwa 20 % der Importe im Bereich geröstete oder aufgeblähte Getreideerzeugnisse aus. Die Importe von Frühstücksflocken und Müslis haben das stärkste Wachstum erfahren. Lagen Importe im Jahr 2015 noch bei 7,9 Mio. USD, stiegen diese im Jahr 2019 auf etwas mehr als 11 Mio. USD an. Im Schnitt lagen die jährlichen Wachstumsraten für Produkte der Kategorie 1904.20 damit bei 9 %.<sup>115</sup>

<sup>115</sup> UNComtrade (2020): „UNComtrade Database, 1904.20“, unter <https://comtrade.un.org/data/>, aufgerufen am 20.11.2020.

## 7. Cerealienindustrie

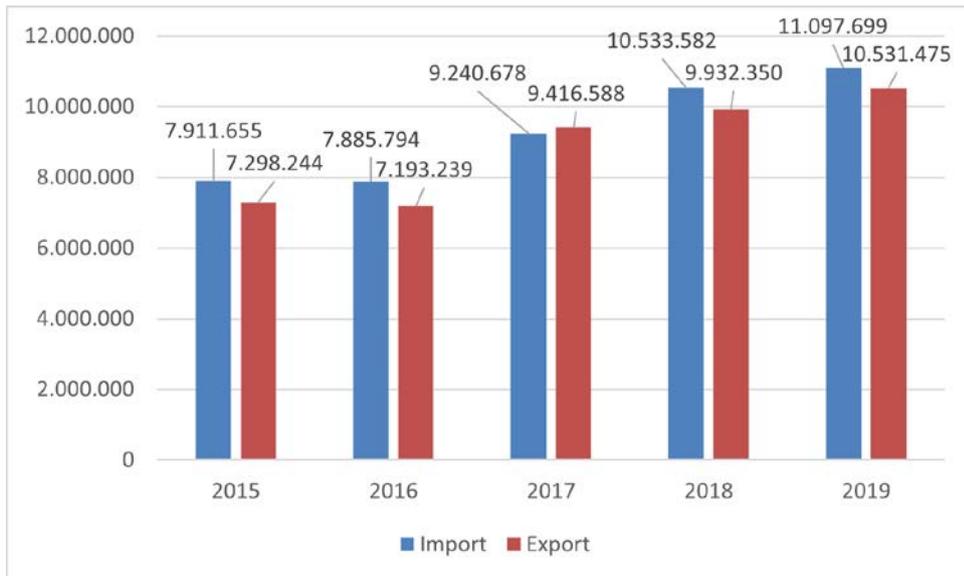


Abbildung 45: Neuseeländische Im- und Exporte der Warengruppe HS 1904.10 (in USD, 2015 – 2019)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

Bei den Im- und Exporten im Jahr 2019 ist das Bild ähnlich wie in den vorherigen Kategorien. Australien führt sowohl bei den Im- als auch bei den Exporten vor Ländern wie Spanien, Thailand, Portugal und den USA. Deutschland lieferte im Jahr 2019 Waren im Wert von 7.189 USD nach Neuseeland und lag damit an 18. Stelle. Wie bei gerösteten Getreideerzeugnissen lieferte Deutschland auch im Bereich Müsli und Frühstücksflocken keine Waren nach Neuseeland.<sup>116</sup>

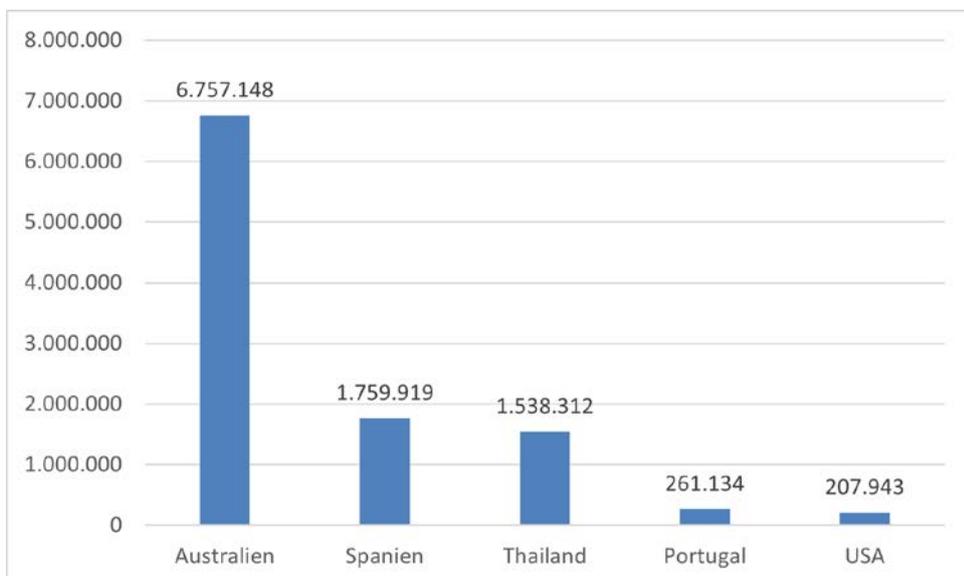


Abbildung 46: Top-5-Importländer Neuseeland Warengruppe HS 1904.20, Stand 2019 (in USD)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

<sup>116</sup> UNComtrade (2020): a. a. O.

## 7. Cerealienindustrie

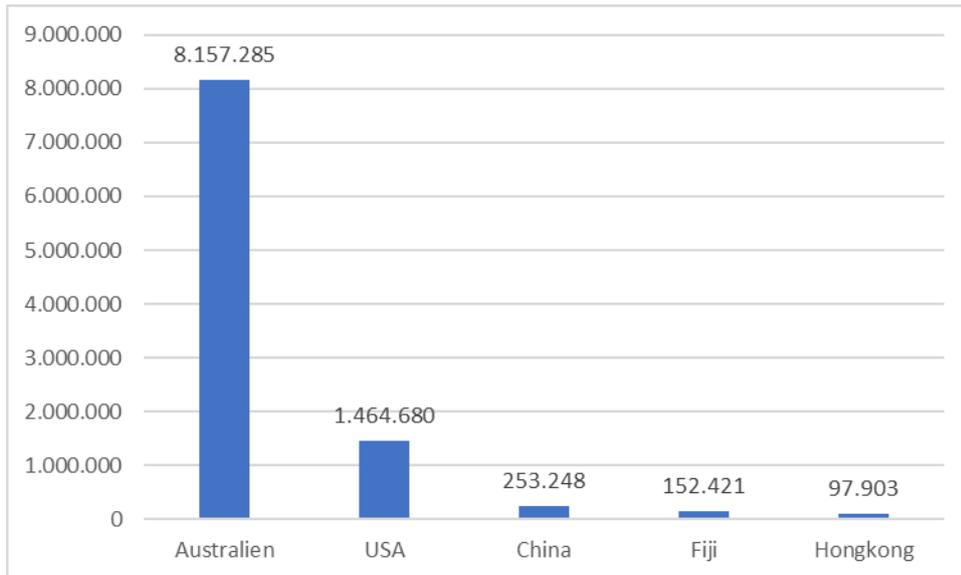


Abbildung 47: Top-5-Exportländer Neuseeland Warengruppe HS 1904.20, Stand 2019 (in USD)

Quelle: UNComtrade (2020), eigene Darstellung

### 7.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

In der Nielsen Global Brand-Origin Survey aus dem Jahr 2016 gaben rund 46 % der Neuseeländer an, bei ihren Frühstückscerealien lokale Marken zu bevorzugen. Dem gegenüber standen 12 % der Befragten, die angaben, ausländische Produkte zu präferieren.<sup>117</sup>

Der Markt für Frühstückscerealien ist seit jeher hart umkämpft und unterliegt einem starken Preiswettbewerb.<sup>118</sup> Den Großteil des Marktes teilen die Unternehmen Sanitarium, The Kellogg Company und Hubbards Foods Limited unter sich auf. Die genaue Aufteilung des Marktes kann jedoch nur geschätzt werden, da Umsatzzahlen der Unternehmen nur sehr eingeschränkt zugänglich sind. So wird geschätzt, dass Sanitarium mit ca. 35 % den Markt für Frühstückscerealien dominiert.

<sup>117</sup> Nielsen (2016): „Made in...NZ? Preferences for local and global brands“, unter <https://www.nielsen.com/nz/en/insights/article/2016/made-in-nz-preferences-for-global-and-local-brands/>, aufgerufen am 20.11.2020.

<sup>118</sup> Stuff.co.nz (2010): „It's crunch time in the fight for your breakfast dollar“, unter <http://www.stuff.co.nz/business/3954978/Its-crunch-time-in-the-fight-for-your-breakfast-dollar>, aufgerufen am 24.11.2020.

## 7.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

### Sanitarium Health and Wellbeing Company

Firma	New Zealand Health Association Ltd.
Gründung	1898
Geschäftsführer	Robert Scoines
Hauptsitz	Auckland, Neuseeland
Umsatz (2016)	ca. 150 Mio USD
Marktanteile	ca. 35 %

Die Sanitarium Health and Wellbeing Company ist der Handelsname der zwei Schwesterunternehmen Australian Health and Nutrition Association Ltd. und New Zealand Health Association Ltd. Beide sind zu 100 % in Besitz der Siebenten-Tags-Adventisten, einer protestantischen Freikirche, die weltweit verbreitet ist. Das Unternehmen wurde im Jahr 1898 in Melbourne, Australien gegründet.

Sanitarium hat Fabriken in Australien und Neuseeland und stellt ausschließlich vegetarische Produkte her. Darunter fallen Frühstückscerealien, Erdnussbutter, Marmite, Sojamilch und die in Australien und Neuseeland überaus beliebten Weet-Bix.<sup>119</sup> Sanitarium bezeichnet sich selbst als den Vorreiter in Sachen gesunde Frühstücksprodukte, lange bevor diese im Trend lagen. Mit Weet-Bix hat Sanitarium das in Neuseeland beliebteste und am meisten verkaufte Frühstücksprodukt im Portfolio. Im Laufe der Jahre wurde Weet-Bix an die sich verändernde Konsumentennachfrage angepasst, und so gibt es Weet-Bix mittlerweile auch glutenfrei und als To-Go-Produkt.<sup>120</sup> Neben Weet-Bix bietet Sanitarium heute viele verschiedene Müsli- und Granolasorten an.

Das Unternehmen ist ausgenommen von der neuseeländischen Unternehmenssteuer, da es seine kompletten Einnahmen an Wohltätigkeitseinrichtungen der Adventisten weitergibt. Aus diesem Grund veröffentlicht das Unternehmen keinen jährlichen Finanzreport und die genauen finanziellen Strukturen sind nicht komplett einsehbar.<sup>121</sup>

<sup>119</sup> Sanitarium (2020): „Our Products. Fuel Your Body“, unter <https://www.sanitarium.co.nz/products>, aufgerufen am 24.11.2020.

<sup>120</sup> Sanitarium (2020): „Our products“, unter <https://www.sanitarium.co.nz/about/sanitarium-story/products>, aufgerufen am 24.11.2020.

<sup>121</sup> NZherald (2012): „Lifting the lid on Sanitarium“, unter <https://www.nzherald.co.nz/business/lifting-the-lid-on-sanitarium/BRYXHULLVGE2SLIVKZJMNLRWU/>, aufgerufen am 24.11.2020.

## 7. Cerealienindustrie



Abbildung 48: Produktauswahl Frühstückscerealien Sanitarium

Quelle: Sanitarium (2020)

### Hubbards Foods Ltd.

Firma	Hubbards Foods Ltd.
Gründung	1988
Geschäftsführer	k. A.
Hauptsitz	Auckland, Neuseeland
Umsatz	ca. 40 – 50 Mio. USD (Stand 2016)
Marktanteile	ca. 21 % (Stand 2008)

Hubbards Foods Limited ist ein neuseeländischer Hersteller von Frühstückscerealien mit Sitz in Auckland. Das Unternehmen verkauft seine Müslis, Granola und sonstigen Cerealien unter der Marke Hubbards und weiteren Handelsmarken. Das Unternehmen, das in dem Jahr 1988 von Dick Hubbard gegründet wurde, fokussiert sich ausschließlich auf Frühstückscerealien und konnte so schnell ein starkes Wachstum erzielen.<sup>122</sup>



Abbildung 49: Produktauswahl von Hubbards

Quelle: Hubbards Foods Limited (2020)

<sup>122</sup> Eddu saver (2019): „Diversification at Hubbard’s Foods“, unter <https://www.eddusaver.com/diversification-at-hubbards-foods/>, aufgerufen am 26.11.2020.

## 7. Cerealienindustrie

### Kellogg Australia Holdings Pty. Ltd.

Firma	Kellogg Australia Holdings Pty. Ltd.
Gründung	k. A.
Geschäftsführer	Esme Borgelt
Hauptsitz	Pagewood, Australien
Umsatz	k. A.
Marktanteile	k. A.

Kellogg Australia Holdings Pty. Ltd., firmierend als Kellogg's Australia, ist ein Privatunternehmen in ausländischem Besitz, das seine Einnahmen aus der Herstellung und dem Vertrieb von verzehrfertigen Cerealien und Snacks bezieht. Das Unternehmen beschäftigt etwa 440 Mitarbeiter in seinen Betrieben in Australien und Neuseeland und wird von seinem Hauptsitz in Pagewood, New South Wales, verwaltet. Die eigentliche Muttergesellschaft von Kellogg Australia ist der in den USA ansässige Lebensmittelhersteller The Kellogg Company.

In Neuseeland bietet Kellogg's eine große Variation verschiedener Cornflakes, Müslis und Breakfast Biscuits an. Eine Auswahl ist in Abbildung 50 zu sehen.



Abbildung 50: Produktauswahl von Kellogg's

Quelle: Kellogg Australia Holdings Pty Ltd. (2020)

### **7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten**

Der Markt für Frühstückscerealien ist sehr kompetitiv und die Margen sind relativ klein. Der Markt wird dominiert von großen lokalen, aber auch internationalen Lebensmittelunternehmen, die bereits eine große Produktpalette anbieten. In der Vergangenheit konnten sich v. a. die klassischen Frühstücksflocken durchsetzen, der Trend geht allerdings vermehrt zu glutenfreien Produkten sowie zuckerarmen oder -freien Müslis oder Granolas. Für deutsche Unternehmen sind auch das genau die Anknüpfungspunkte. Produkte, die den Nachhaltigkeits- und den Gesundheitsaspekt in den Mittelpunkt rücken, können bei entsprechend kompetitiven Preisen in Neuseeland erfolgreich vermarktet werden.

## 8. Speiseeisindustrie

### 8.1 Kurze Einführung in den Markt

Durch die enorme Größe der neuseeländischen Molkereiwirtschaft sind ideale Voraussetzungen für eine florierende Speiseeisindustrie gegeben. In Neuseeland werden 4,95 Mio. Kühe gehalten, welche mit einer Milchproduktion von 21 Mrd. l pro Jahr das Land zum achtgrößten Milchproduzenten der Welt machen.<sup>123</sup> Durch diese große Molkereiindustrie konnten sich strenge Qualitäts- und Hygienestandards sowie eine exzellente Verkehrs- und Ausbildungsinfrastruktur entwickeln, welche Neuseeland zu einem international überaus kompetitiven Speiseeishersteller machen.

Ein weiterer wichtiger Faktor für den Erfolg der neuseeländischen Speiseeisindustrie ist die hohe Nachfrage. Neuseeland ist noch vor den USA und Australien das Land mit dem höchsten Speiseeiskonsum pro Kopf. Jeder Neuseeländer isst durchschnittlich 22 – 23 l Eis pro Jahr.<sup>124</sup> Zusätzlich gibt es eine rege Nachfrage nach neuseeländischen Eisexporten: Im Jahr 2018 wurden Speiseeisprodukte im Wert von 40,8 Mio. USD exportiert.<sup>125</sup> Der größte Abnehmer ist China. Für den Speiseeissektor wird bis zum Jahr 2021 ein jährliches Wachstum von 3,2 % prognostiziert.<sup>126</sup> Der Gesamtwert des Speiseeismarktes Neuseelands wurde im Jahr 2019 auf 419 Mio. NZD (245,5 Mio. EUR) geschätzt.<sup>127</sup>

In Neuseeland werden bei 56 % der Speiseeiskäufe entweder Großpackungen (bulk ice cream) oder Multipacks erworben, um diese später zu Hause zu konsumieren. Immer mehr an Bedeutung gewinnen aber sogenannte Impulskäufe, bei denen Einzelportionen oder einzeln verpackte Eisprodukte für den sofortigen Verzehr gekauft werden. Diese Impulskäufe machen 42 % der Verkäufe aus.<sup>128</sup>

Die beliebteste Geschmacksrichtung ist Vanille. Daneben steht Hokey Pokey auf Platz zwei, eine Mischung aus Vanilleeis und Stückchen von honeycomb toffee.<sup>129</sup> Honeycomb toffee, in Neuseeland hokey pokey genannt, ist eine weiche Toffeevariation, welche aus braunem Zucker, Maissirup und Backpulver hergestellt wird. Sehr beliebt sind außerdem die Sorten

---

<sup>123</sup> Dairy Companies Association of New Zealand (DCANZ) (2020): „About the NZ Dairy Industry“, unter <https://www.dcanz.com/about-the-nz-dairy-industry/>, aufgerufen am 20.11.2020.

<sup>124</sup> The New Zealand Ice Cream Manufacturers Association (NZICMA) (2020): „The New Zealand Ice Cream Industry“, unter <https://www.nzicecream.org.nz/industry.htm>, aufgerufen am 20.11.2020.

<sup>125</sup> OEC (2020): „Where does New Zealand import Ice cream and other edible ice to? (2018)“, unter [https://oec.world/en/visualize/tree\\_map/hs92/export/nzl/all/4210500/2018/](https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/export/nzl/all/4210500/2018/), aufgerufen am 20.11.2020.

<sup>126</sup> Global Information (2017): „Country Profile: Ice Cream Sector in New Zealand“, unter <https://www.giiresearch.com/report/gd579843-country-profile-ice-cream-sector-new-zealand.html>, aufgerufen am 24.11.2020.

<sup>127</sup> MPI (2019): „Situation and Outlook for Primary Industries December 2019“, <https://www.mpi.govt.nz/dmsdocument/38930/direct>, S. 14, aufgerufen am 25.11.2020.

<sup>128</sup> MPI (2019), S. 14, a. a. O.

<sup>129</sup> StatsNZ (2020): „The chilling facts about ice cream: tracking prices in the CPI“, unter [http://infoshare.stats.govt.nz/browse\\_for\\_stats/economic\\_indicators/CPI\\_inflation/the-chilling-facts-about-ice-cream-tracking-prices-in-the-CPI](http://infoshare.stats.govt.nz/browse_for_stats/economic_indicators/CPI_inflation/the-chilling-facts-about-ice-cream-tracking-prices-in-the-CPI), aufgerufen am 24.11.2020.

## 8. Speiseeisindustrie

Boysenbeere, eine Kreuzung zwischen Himbeere und Brombeere, sowie Schokolade.<sup>130</sup> Insbesondere für den Export in asiatische Staaten werden auch Sorten wie Grüner Tee hergestellt.<sup>131</sup>

### 8.2 Überblick über die lokalen Produktionen

Der geschätzte Speiseeiskonsum von 105,6 Mio. l pro Jahr in Neuseeland wird momentan durch 36 produzierende Betriebe gedeckt. Die Gesamtanzahl der Produzenten ist in den letzten 20 Jahren immer weiter angestiegen. So gab es im Jahr 2000 lediglich 18 Unternehmen, die Speiseeis hergestellt haben. Im Jahr 2010 waren 24 Unternehmen registriert.<sup>132</sup> Insgesamt hat sich die Anzahl der produzierenden Betriebe seit 2000 verdoppelt.

Trotz der steigenden Anzahl an produzierenden Betrieben hat sich die Anzahl der in der Speiseeisindustrie angestellten Personen zwischen den Jahren 2001 (730 Angestellte) und 2011 (740 Angestellte) nicht groß verändert. Bis zum Jahr 2014 wurde sogar ein Rückgang auf 640 Personen verzeichnet. Dennoch wuchs die Anzahl der Beschäftigten der Speiseeisbranche insbesondere seit dem Jahr 2016 wieder, sodass im Jahr 2020 eine Rekordanzahl von 860 Personen dort arbeitet.<sup>133</sup> Sowohl an der Anzahl der Betriebe als auch an ihrer Mitarbeiterzahl lässt sich das starke Branchenwachstum erkennen.

Tip Top ist der größte Speiseeishersteller des Landes und produziert nach Eigenangaben jährlich 55 Mio. l Speiseeis.<sup>134</sup> Geografisch gesehen konzentriert sich die Produktion auf den Raum Auckland. Mit Emerald Foods, Much Moore sowie Tip Top haben drei der vier größten Hersteller ihre Fabriken in Auckland. Früher verfügte Tip Top über eine Produktionsstätte in Christchurch; diese wurde allerdings im Jahr 2007 geschlossen.

### 8.3 Marktgröße und Preisindex

Der durchschnittliche Preis für eine zwei l Speiseeispackung betrug im Jahr 2010 noch 5,40 NZD (3,17 EUR). Insbesondere seit dem Jahr 2018 ist der Preis angestiegen und überschritt im Oktober 2018 die 6 NZD-Marke. Im Juni 2020 lag er bei 6,16 NZD (3,62 EUR).<sup>135</sup> Einen stärkeren Preisanstieg gab es für Stieleise und andere einzeln verpackte Eisprodukte. Während diese seit dem Jahr 2011 im Durchschnitt zwischen 3 – 3,5 NZD (1,76 – 2,06 EUR) pro Einheit kosteten, stieg der Preis im Juni 2018 auf 3,53 NZD. Im

<sup>130</sup> Tip Top New Zealand (2020): „Discover the rich history of Tip Top over the last 80 years“, unter <https://www.tiptop.co.nz/our-history>, aufgerufen am 23.11.2020.

<sup>131</sup> Talley's (2020): „Green Tea Ice Cream“, unter <https://www.talleys.co.nz/ice-cream/nz-flavours/green-tea-ice-cream>, aufgerufen am 26.11.2020.

<sup>132</sup> Figure.nz (2020): „Enterprises in the ice cream manufacturing industry in New Zealand“, unter <https://figure.nz/chart/IW0xisEu03j4YW09-ZboSUxvsKaY3qAKW>, aufgerufen am 26.11.2020.

<sup>133</sup> Figure.nz (2020): „Employees in the ice cream manufacturing industry in New Zealand“, unter <https://figure.nz/chart/TAQeOoJ0aDCZo3ER-4qzB47eOpLB5okIE>, aufgerufen am 24.11.2020.

<sup>134</sup> Tip Top New Zealand (2020): „Discover the rich history of Tip Top over the last 80 years“, a. a. O.

<sup>135</sup> Figure.nz (2020): „Retail price of ice cream in New Zealand“, unter <https://figure.nz/chart/WNZOpEoBKRyz4hBh-VpWydbn1f5zA7cEY>, aufgerufen am 24.11.2020.

## 8. Speiseeisindustrie

Juni 2020 betrug der Durchschnittspreis pro Einheit 3,71 NZD (2,18 EUR). Die Preisentwicklung seit Januar 2018 wird in Abbildung 51 dargestellt. Unabhängig vom längerfristigen Preisanstieg bei Speiseeis wirkt sich die über das Jahr schwankende Milchproduktion (meist wird zwischen Mai – August am wenigsten Milch produziert) auch auf den Preis aus. So schwankt der Preis häufig im Jahresverlauf.



Abbildung 51: Preisentwicklung von 2 l-Speiseeis und Stieleisen bzw. ähnlichen Eisprodukten, Januar 2018 – Juni 2020 (in NZD)

Quelle: FiguresNZ (2020), eigene Darstellung

### 8.4 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Bei Speiseeis ist Neuseeland ein Exportland: Im Jahr 2018 führte Neuseeland Speiseeis im Wert von 40,8 Mio. USD aus, was die Importe von 27 Mio. USD weit übertraf.<sup>136</sup> Insgesamt werden 10.800 t Speiseeis exportiert.<sup>137</sup> Alle großen Speiseeishersteller sowie auch fast alle kleineren Produzenten sind im Exportgeschäft tätig. Hierbei sind v. a. asiatische Staaten und der Nachbar Australien von großer Bedeutung. Wie in Abbildung 52 deutlich wird, gehen über zwei Drittel der neuseeländischen Speiseeisexporte allein nach China und Japan. Insgesamt gehen 87,9 % der Exporte nach Australien oder in asiatische Staaten. Außerdem spielen südpazifische bzw. ozeanische Staaten eine Rolle, wohin 12,1 % der Exporte ausgeführt werden. In Relation zu anderen Molkereiprodukten ist der Anteil von Speiseeis an den neuseeländischen Exporten mit 0,4 % zwar recht klein, aber schnell wachsend.<sup>138</sup>

<sup>136</sup> OEC (2020): „Where does New Zealand import Ice cream and other edible ice from? (2018)“, a. a. O.

<sup>137</sup> MPI (2020): „New Zealand Ice Cream Trade“, unter <https://www.mpi.govt.nz/dmsdocument/42357-New-Zealand-ice-cream-exports-and-trade>, aufgerufen am 25.11.2020.

<sup>138</sup> New Zealand Institute of Economic Research (2018): „How does the dairy sector share its growth?“, unter <https://www.dcanz.com/UserFiles/DCANZ/File/NZIER%20Dairy%20economic%20report%20October%202018.pdf>, S. 3–4, aufgerufen am 20.11.2020.

## 8. Speiseeisindustrie

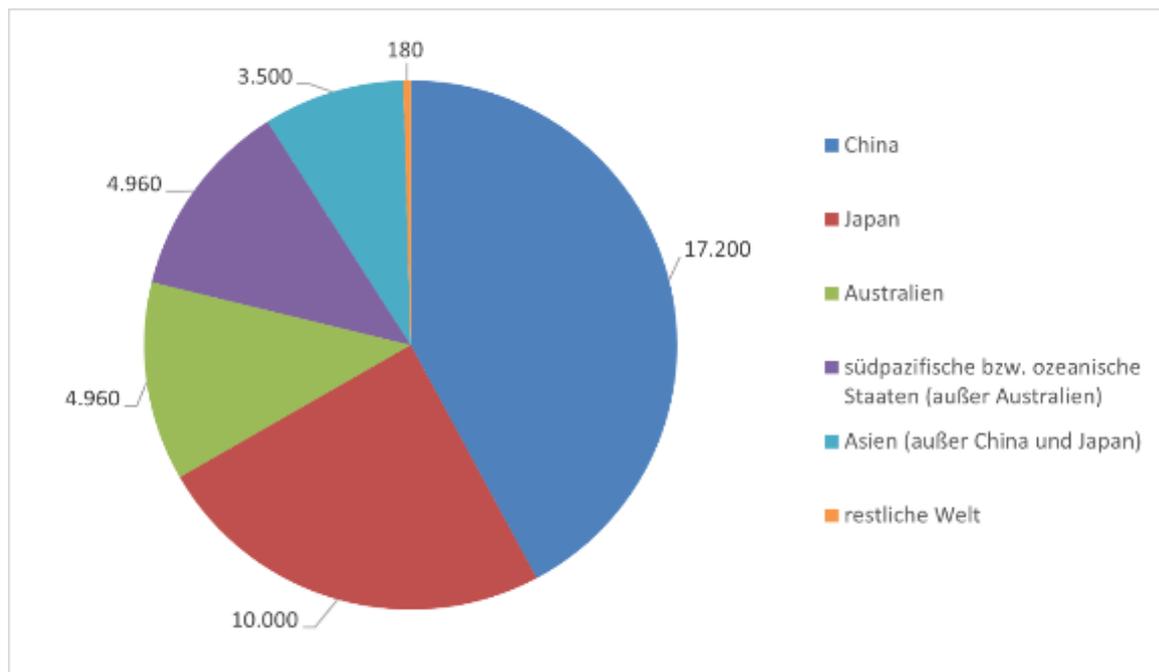


Abbildung 52: Zielländer neuseeländischer Exporte von Speiseeis (HS-Code 210500) im Jahr 2018 (in tsd. USD)

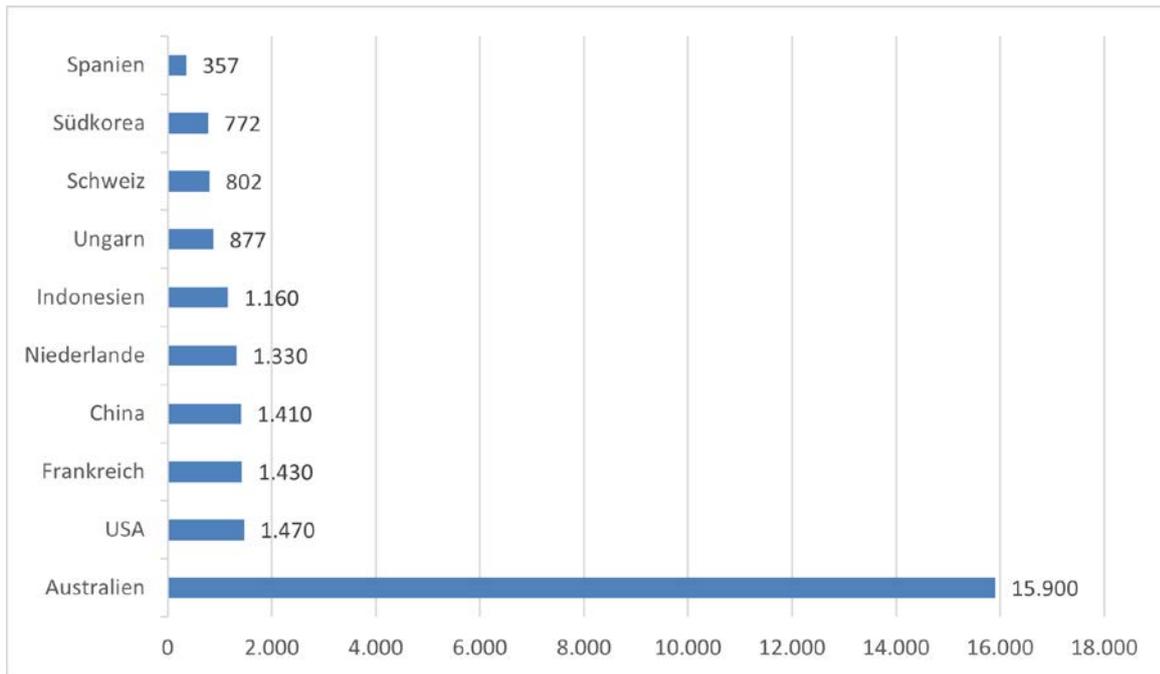
Quelle: OEC (2020), eigene Darstellung

Im Jahr 2018 importierte Neuseeland Speiseeis im Wert von 27 Mio. USD.<sup>139</sup> Dies entspricht einer Menge von 8.200 t.<sup>140</sup> Rund 59 % der Importe (Warenwert: 15,9 Mio. USD) kamen dabei aus Australien. Wie in Abbildung 53 zu sehen ist, spielen die europäischen Volkswirtschaften bei den neuseeländischen Speiseeisimporten eine wichtige Rolle: Die Hälfte der zehn größten Exportländer liegen in Europa. Europa ist absolut gesehen für Importe im Volumen von 5,56 Mio. USD und somit für mehr als ein Drittel der gesamten Speiseeisimporte verantwortlich. Nicht zu vernachlässigen sind jedoch auch die USA sowie einige asiatische Staaten. Während die mengenmäßigen Exporte von Speiseeis in manchen Jahren (z. B. 2016 und 2018) abgenommen haben, stiegen die Importe in den letzten Jahren stets an (siehe Abbildung 54).

<sup>139</sup> OEC (2020): „Where does New Zealand import Ice cream and other edible ice from? (2018)“, unter [https://oec.world/en/visualize/tree\\_map/hs92/import/nzl/all/4210500/2018/](https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/import/nzl/all/4210500/2018/), aufgerufen am 25.11.2020.

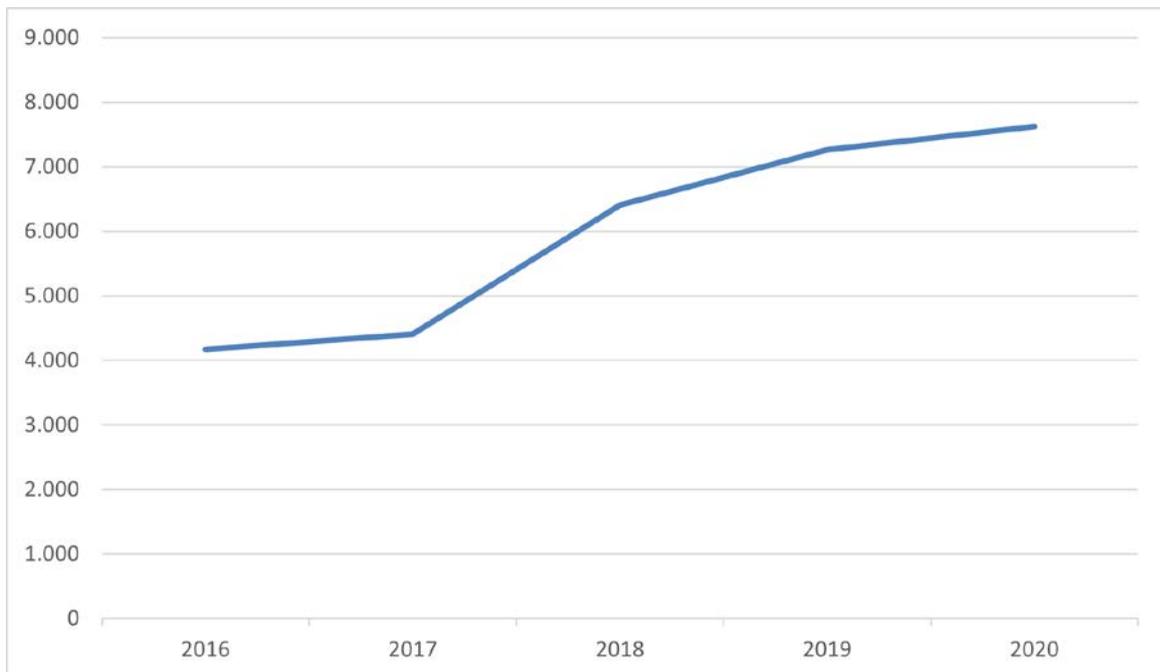
<sup>140</sup> MPI (2020): „New Zealand Ice Cream Trade“, a. a. O.

## 8. Speiseeisindustrie



**Abbildung 53: Herkunftsländer neuseeländischer Importe von Speiseeis (HS-Code 210500), 2018 (in tsd. USD)**

Quelle: OEC (2020), eigene Darstellung



**Abbildung 54: Neuseeländische Importe von Speiseeis, in t**

Quelle: NZICMA (2020), eigene Darstellung

## 8.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Der gesamte Speiseeismarkt Neuseelands, dessen Wert auf 245,5 Mio. EUR geschätzt wird, wird unter nur 36 Herstellern aufgeteilt. Der mit Abstand größte Hersteller ist Tip Top Ice Cream Company mit einem Umsatz von 85,2 Mio. EUR und einer jährlichen Produktionsmenge von 55 Mio. l. Tip Top gehörte lange dem neuseeländischen Konzernriesen Fonterra (das größte Unternehmen des Landes), wurde aber im Jahr 2019 für 250 Mio. USD an den englischen Konzern Froneri (der zweitgrößte Speiseeiskonzern der Welt) verkauft.<sup>141</sup>

Während Tip Top eine sehr breite Zielgruppe und auch Kinder mit seinen vielfältigen und meist preiswerten Stieleisen anspricht, konzentriert sich Emerald Foods auf das Premiumsegment. Mit seiner Franchisekette New Zealand Natural wählt das Unternehmen eine andere Strategie, bietet seine Produkte aber auch in fast allen Supermärkten und Convenience Stores an. Das erst im Jahr 1992 gegründete Unternehmen Much Moore konnte sich in den letzten Jahrzehnten ebenfalls eine sichere Marktstellung erarbeiten und ist mittlerweile der zweitgrößte Hersteller des Landes.

## 8.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

Emerald Foods Group Ltd.

Firma	Emerald Foods Group Ltd.
Gründung	1985
Geschäftsführer	Jerry Liu
Hauptsitz	Auckland, Neuseeland
Umsatz	80 Mio. USD bzw. 67,4 Mio. EUR (2014) <sup>142</sup>
Marktanteile	k. A.

Emerald Foods ist einer der Marktführer für Speiseeis des Premiumsegments in Neuseeland. Das Unternehmen bietet Speiseeis, Frozen Yoghurt, Smoothies und ähnliche Produkte in seiner Franchisekette New Zealand Natural an, welche bereits 650 Standorte in 30 Ländern hat. Das Eis New Zealand Natural wird auch in vielen Supermärkten angeboten. Dort werden auch die Marken Killinchy Gold, Zilch and Chateau vertrieben. Zilch bietet fett-, kalorien- und zuckerreduzierte Eise mit den Geschmacksrichtungen Schokolade, Vanille und Beeren (Erdbeere, Blaubeere und Himbeere) in einem ca. 1 l-Becher an, während Chateau Eis in größeren Mengen (5 l und 16 l) vertreibt. Des Weiteren importiert Emerald Foods Eis von

<sup>141</sup> Coriolis (2019), S. 180, a. a. O.

<sup>142</sup> Coriolis (2015): „Investor’s guide to the New Zealand food & beverage industry 2015“, unter [https://coriolisresearch.com/pdfs/coriolis\\_ifab\\_2015\\_INVESTORS%20GUIDE\\_1.00\\_FINAL\\_web.pdf](https://coriolisresearch.com/pdfs/coriolis_ifab_2015_INVESTORS%20GUIDE_1.00_FINAL_web.pdf), S. 107, aufgerufen am 23.11.2020.

## 8. Speiseeisindustrie

Mövenpick nach Neuseeland. Neben dem Inlandsgeschäft hat das Unternehmen Zweigstellen in Melbourne und Shanghai. Im Jahr 2014 hatte Emerald Foods 170 Mitarbeiter.



**Abbildung 55: Auswahl von Produkten von Emerald Foods**

Quelle: Killinchy Gold, Zilch, New Zealand Natural (2020)

### Much Moore Ice Cream Company Ltd.

Firma	Much Moore Ice Cream Company Ltd.
Gründung	1992
Geschäftsführer	Marcus Moore
Hauptsitz	Auckland, Neuseeland
Umsatz	12,6 – 16,8 Mio. EUR (2015) <sup>143</sup>
Marktanteile	k. A.

Das recht junge Unternehmen Much Moore ist Neuseelands zweitgrößter Speiseeishersteller. Vertrieben werden die Marken Much Moore, Mel-O-Rich, Sweet Nothings und Sheer Delite 97 % fat-free.<sup>144</sup> Der Fokus liegt auf 1- und 2 l-Eisverpackungen, es werden aber auch Eise am Stiel produziert. Mehrere Eissorten wurden bereits mit den New Zealand Ice Cream Awards ausgezeichnet. Much Moore hat ca. 40 Mitarbeiter und ist auch im Exportgeschäft aktiv.

<sup>143</sup> Coriolis (2015), S. 123, a. a. O.

<sup>144</sup> NZICMA (2020): „Much Moore Ice Cream Company Ltd“, unter <https://www.nzicecream.org.nz/kiwi.htm>, aufgerufen am 23.11.2020.

## 8. Speiseeisindustrie



Abbildung 56: Auswahl von Produkten von Much Moore Ice Cream Company

Quelle: Much Moore Ice Cream Company (2020)

### Talley's Ltd.

Firma	Talley's Ltd.
Gründung	1936
Geschäftsführer	Andrew Talley
Hauptsitz	Port Motueka, Neuseeland
Umsatz	2 – 2,5 Mrd. USD (1,7 – 2,1 Mrd. EUR) <sup>145</sup> (2014, alle Geschäftssparten)
Marktanteile	k. A.

Talley's wurde bereits im Jahr 1936 gegründet und war damals auf Fisch und Meeresfrüchte spezialisiert. Später begann das Unternehmen, Eis zu produzieren, welches heute eine der sechs Produktparten ist. Neben den Marken Motueka und Creme de la Creme für den Inlandsmarkt stellt das Unternehmen eine Vielzahl von Geschmacksrichtungen für den Export her. 2017 und 2018 wurde jeweils eine Eissorte von Talley's mit den New Zealand Ice Cream Awards der NZICMA ausgezeichnet.



Abbildung 57: Auswahl von Produkten von Talley's

Quelle: Talley's (2020)

<sup>145</sup> Coriolis (2015): S. 87, a. a. O.

## 8. Speiseeisindustrie

### Tip Top Ice Cream Company Ltd.

Firma	Tip Top Ice Cream Company Ltd.
Gründung	1936
Geschäftsführer	Aaron Harvey
Hauptsitz	Wellington, Neuseeland
Umsatz	101,1 Mio. USD (85,2 Mio. EUR)
Marktanteile	k. A.

Tip Top ist der größte Speiseeishersteller Neuseelands. Nach Eigenangaben werden jährlich 55 Mio. l Speiseeis produziert, darunter 13 Mio. Trumpets (Eis im Hörnchen) sowie 8 Mio. Popsicles (Wassereis am Stiel).<sup>146</sup> Das Unternehmen produziert viele ikonische neuseeländische Stieleise, welche teils schon seit 80 Jahren angeboten werden. Bspw. sind Eskimo Pies (Vanilleeis mit Schokoladenüberzug) bereits seit den 1940ern im Sortiment. Eine weitere berühmte Sorte sind Jelly Tips, mit Schokolade überzogenes Wassereis mit Geleefüllung, welche seit 1951 vertrieben werden. Sehr beliebt sind des Weiteren Choc Bar (ein Vanille-Schokoladeneis) und Memphis Meltdown (ein dreifach mit Schokolade überzogenes Milcheis). Tip Top stellt außerdem eine Produktreihe an Eis mit Schokolade von Whittaker's her.



Abbildung 58: Auswahl von Produkten von Tip Top Ice Cream Company

Quelle: Tip Top New Zealand (2020)

### 8.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Der Markt für Speiseeis in Neuseeland ist einer der größten Märkte der Süßwarenbranche des Landes. Durch den Rekordkonsum von Speiseeis in Verbindung mit einem kontinuierlichen Wachstum der Branche birgt dieser Markt für deutsche Hersteller großes Potenzial. Es wird geschätzt, dass der Marktwert allein zwischen den Jahren 2019 – 2014 von 245,5 Mio. EUR auf 312,3 Mio. EUR anwachsen wird.<sup>147</sup> Während neuseeländisches Eis kaum nach Europa

<sup>146</sup> Tip Top New Zealand (2020): „Discover the rich history of Tip Top over the last 80 years“, a. a. O.

<sup>147</sup> MPI (2019), S. 14, a. a. O.

## 8. Speiseeisindustrie

exportiert wird, haben sich die europäischen Staaten in den letzten Jahren als wichtige Speiseeisexporteure nach Neuseeland etabliert. Besonders Deutschland hat sein Exportvolumen in den vergangenen Jahren gesteigert und exportierte im Jahr 2018 bereits Eis im Wert von 23.600 EUR nach Neuseeland, während im Jahr 2016 nur Produkte im Wert von 3.010 EUR ausgeführt wurden.<sup>148</sup> Der in Abbildung 54 verdeutlichte Trend der letzten Jahre, bei dem die neuseeländischen Importe von Speiseeis jährlich ansteigen, wird voraussichtlich auch in den kommenden Jahren anhalten.

Deutsche Hersteller sollten sich zum einen auf Eis in größeren Verpackungen (bulk ice cream) spezialisieren, da diese Produkte momentan das größte Wachstum (2019: 5 %) erfahren und 56 % der Eiseinkäufe der Neuseeländer ausmachen. Zum anderen lässt sich ein Trend zu Speiseeisprodukten in Einzelverpackungen erkennen, welche im Gegensatz zu großen Verpackungen meist im Rahmen von Impulskäufen erworben und sofort verzehrt werden und bereits 42 % der Käufe ausmachen.<sup>149</sup> Hiervon abgesehen werden Premium-eis sowie fett- und zuckerreduzierte und milchfreie bzw. vegane Produkte immer beliebter und haben das mit Abstand größte Wachstum verzeichnet. Bei milchfreien Produkten lag die Wachstumsquote zwischen den Jahren 2018 – 2023 bei 12 %.<sup>150</sup>

Jedoch ist bei Eis die Präferenz für nationale Produkte so stark ausgeprägt wie bei keinem anderen Süßwaren- oder Knabberartikel. Rund 51 % der neuseeländischen Speiseeiskonsumenten bevorzugen nationale Marken, während nur 9 % internationale Eiscremes präferieren.<sup>151</sup> Aufgrund dessen könnten deutsche Unternehmen mit nationalen Firmen kooperieren, indem sie bspw. in Neuseeland produzieren oder neuseeländische Milch für die Herstellung verwenden. Bei Speiseeis ist es außerdem ratsam, gleichzeitig in den neuseeländischen und australischen Markt zu exportieren, da der Eiskonsum auch in Australien sehr hoch ist und die Marktstrukturen sich ähneln. Somit kann eine wesentlich größere Menge an Konsumenten erreicht werden.

---

<sup>148</sup> OEC (2020): „Where does New Zealand import Ice cream and other edible ice from? (2018)“.

<sup>149</sup> MPI (2019), S. 14, a. a. O.

<sup>150</sup> MPI (2020): „New Zealand Ice Cream Trade“, a. a. O.

<sup>151</sup> The Nielson Company (2016): „Made in...NZ? Preferences for local and global brands“, a. a. O.

## 9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt (Bestandsaufnahme und Probleme)

Tabelle 2: SWOT-Analyse für Süßwaren und Knabberartikel in Neuseeland

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• hohe politische und rechtliche Stabilität</li> <li>• wirtschaftsfreundliches regulatorisches Umfeld</li> <li>• hohe Kaufkraft der Bevölkerung</li> <li>• anhaltendes Marktwachstum bei Süßwaren (insb. Schokolade und Kaugummis), Kartoffelchips und Speiseeis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kleiner Absatzmarkt</li> <li>• isolierte geografische Lage</li> <li>• strenge Einfuhrkontrollen und bürokratische Hürden für den Vertrieb von Lebensmitteln</li> <li>• Konkurrenzprodukte durch Freihandelszonen mit Australien, China, Malaysia, Südkorea und anderen südostasiatischen Staaten</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wachsende Bevölkerung</li> <li>• Trend weg von starren Mahlzeiten hin zu flexibleren Essgewohnheiten begünstigt den Snackkonsum</li> <li>• Trends hin zu gesünderer Ernährung bringt Marktchancen für fett- und zuckerreduzierte Snacks und vergleichbare Produkte</li> <li>• hoher Bedarf an Importen bei Cerealien und Schokolade</li> <li>• steigender Bedarf an Importen bei Speiseeis und Backwaren</li> <li>• gemeinsamer Markteinstieg mit Australien aufgrund ähnlicher Marktstruktur möglich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exportabhängigkeit Neuseelands infolge Anfälligkeit für weltweite Konjunkturschwankungen</li> <li>• hoher Preisdruck bei Backwaren (insb. bei Keksen)</li> <li>• bei einigen Süßwaren und Knabberartikeln (insb. Speiseeis) werden heimische Produkte von Verbrauchern bevorzugt</li> </ul>

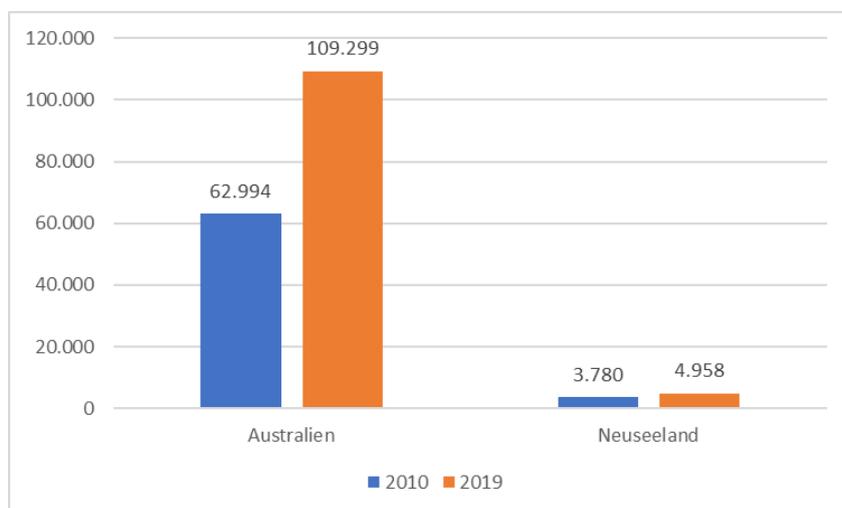
Quelle: teils nach GTAI (2020), eigene Darstellung

## 10. Export von Süßwaren aus Deutschland

*Karsten Daum, German Sweets e.V.*

Neuseeland bietet mit seinen knapp fünf Millionen Einwohnern einen kleinen, aber interessanten Markt für Süßwaren aus Deutschland. Ihr Absatz konnte in den letzten Jahren deutlich gesteigert werden. Nach der Exportstatistik des Bundesverbands der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) auf Basis der Zahlen des Statistischen Bundesamtes wurden im Jahr 2019 insgesamt 1.350 t deutsche Süßwaren im Wert von 5 Mio. EUR nach Neuseeland exportiert.

Vergleicht man diese Zahlen jedoch mit deutschen Süßwarenexporten für Neuseelands großen pazifischen Nachbarn Australien, so wird deutlich, dass Neuseeland als Abnehmer deutscher Süßwaren noch unterproportional in Erscheinung tritt. Australien hat zwar fünfmal so viele Einwohner wie Neuseeland, importierte im Jahr 2019 im Wert allerdings 22-mal so viel an deutschen Süßwaren, obwohl beide Länder in ihrer Entwicklungsgeschichte ähnlich geprägt sind und gleichermaßen über einen hohen Lebensstandard verfügen. Daher gilt es, in den nächsten Jahren das Potential des Absatzmarktes Neuseeland noch weiter zu erfassen und auszuschöpfen.



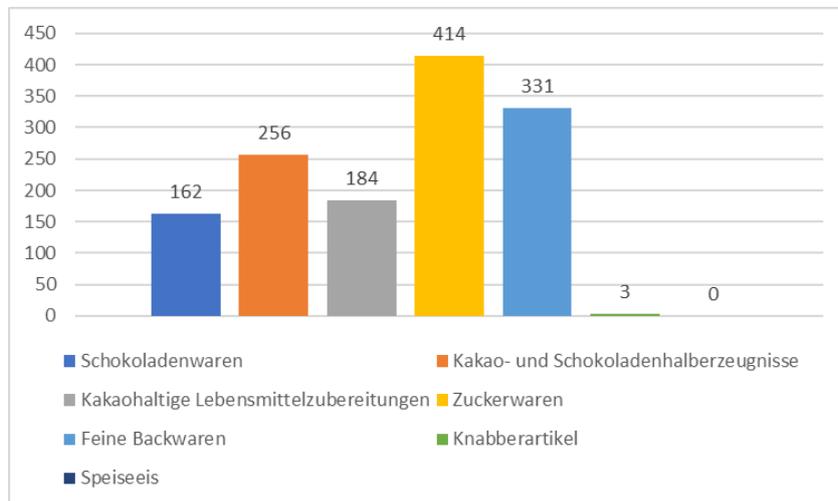
**Abbildung 59: Vergleich deutscher Ausfuhren von Süßwaren nach Australien und Neuseeland, 2010 und 2019 (in tsd. EUR)**

Quelle: BDSI/Statistisches Bundesamt (2020), eigene Darstellung

Von deutschen Exporteuren der Süßwarenindustrie wurden im Jahr 2019 hauptsächlich Zuckerwaren, Feine Backwaren und Kakao- und Schokoladenhalberzeugnisse geliefert, des Weiteren auch kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen und Schokoladenwaren. Auffallend ist, dass gerade Schokoladenwaren mengenmäßig nicht so stark auf dem neuseeländischen Markt repräsentiert sind, mit gerade einmal 162 t. Im Vergleich zu Australien, wo

## 10. Export von Süßwaren aus Deutschland

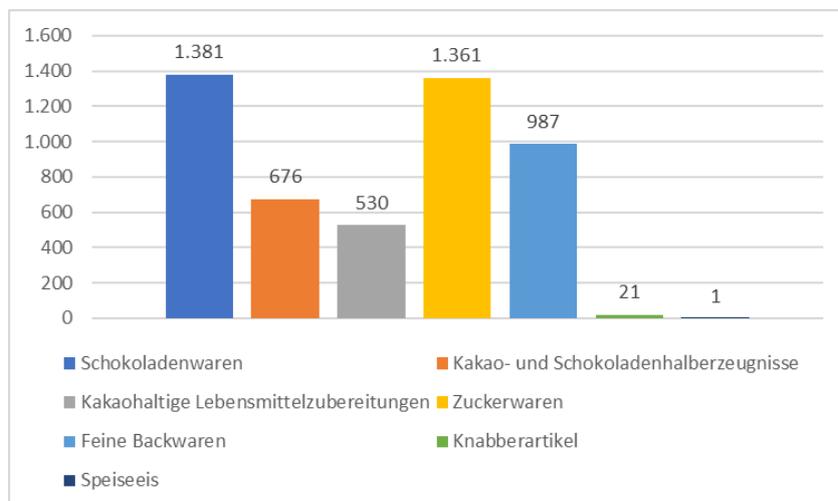
Schokoladenwaren auch mengenmäßig mit 10.700 t die wichtigste Produktgruppe deutscher Süßwaren bilden, wird deutlich, wie gering die Ausfuhrmenge von Schokoladenexporten nach Neuseeland ist. Eine Ursache dürfte die eigene neuseeländische Schokoladenproduktion sein, die auf ihrem Heimatmarkt über einen großen Marktanteil verfügt.



**Abbildung 60: Deutsche Ausfuhren von Süßwaren nach Neuseeland, 2019 (in t)**

Quelle: BDSI/Statistisches Bundesamt (2020), eigene Darstellung

Betrachten wir die Ausfuhren nach Wert, so fällt auf, dass hier der Anteil bei Schokoladenwaren jedoch mit 27,9 % am höchsten ist. Dies deutet darauf hin, dass sehr hochwertige Produkte nach Neuseeland geliefert werden und diese im Markt ihre Nische finden. Nahezu gleichauf liegen die Exporte von Zuckerwaren (27,5 %). Die Feinen Backwaren nehmen mit knapp 20 % des gesamten Wertes der deutschen Ausfuhren an Süßwaren nach Neuseeland ebenfalls einen großen Teil ein.



**Abbildung 61: Deutsche Ausfuhren von Süßwaren nach Neuseeland, 2019 (in tsd. EUR)**

Quelle: BDSI/Statistisches Bundesamt (2020), eigene Darstellung

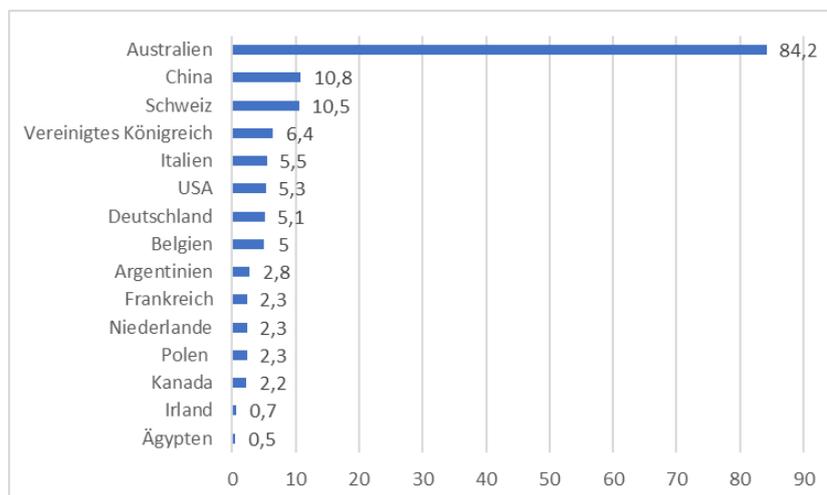
## 10. Export von Süßwaren aus Deutschland

Bei Betrachtung der Ebenen einzelner Produktgruppen lässt sich erkennen, dass v. a. Schokoladenerzeugnisse verschiedenster Art wie Tafeln, Stangen oder Riegel neben Fruchtgummi, Weich- und Hartkaramellen sowie Waffeln in Neuseeland einen guten Absatz finden. Durch die neuseeländische Schokoladenproduktion lässt sich der Export von Halberzeugnissen wie bspw. Kakaopulver ohne Zusatz von Zucker oder anderen Süßmitteln zurückverfolgen.

Vergleicht man die deutschen Ausfuhren von Süßwaren nach Neuseeland in den letzten Jahren, dann lässt sich durchaus ein positives Wachstum erkennen. So sind die deutschen Süßwarenexporte 2019 in der Menge im Vergleich zum Jahr 2010 um 28 % gestiegen und im Wert sogar um 31 %.

Am stärksten, sowohl in absoluten Zahlen als auch prozentual, hat sich der Bereich der Zuckerwaren entwickelt. Im Jahr 2010 wurden noch Waren im Wert von 561 tsd. EUR von Deutschland nach Neuseeland exportiert. Im Jahr 2019 betrugen die Exporte von Zuckerwaren über 1,36 Mio. EUR, was einem Wachstum von ca. 143 % entspricht.

Diese positive Entwicklung wird jedoch nicht von allen Bereichen der deutschen Süßwarenexporte mitgetragen. Der Export von Kakao- und Schokoladenhalberzeugnissen hat sich z. B. im Jahr 2019 im Vergleich zum Jahr 2010 um 12,5 % verringert. Die Ausfuhr von Speiseeis ist um beinahe 100 % eingebrochen.



**Abbildung 62: Hauptlieferländer von Schokoladenwaren für Neuseeland, 2019 (in Mio. USD)**

Quelle: UN Comtrade (2020), eigene Darstellung

Ein Blick auf das Ranking der Hauptlieferländer von Schokoladenwaren von UNComtrade zeigt Deutschland auf dem siebten Platz. Hauptlieferant ist mit Abstand Australien. China und die Schweiz liegen weit abgeschlagen auf den Rängen zwei und drei. Danach folgen

## 10. Export von Süßwaren aus Deutschland

Großbritannien, Italien und die USA. Die insgesamt hohen Einfuhrzahlen lassen eine hohe Nachfrage und ein weiteres Potenzial auch für Produkte aus Deutschland erkennen.

Für die künftige Entwicklung des deutschen Außenhandels von Süßwaren mit Neuseeland sind die Auswirkungen des 2020 ausgehandelten Freihandelsabkommens RCEP (Regional Comprehensive Economic Partnership) zwischen Neuseeland, Australien, China, den zehn ASEAN-Mitgliedstaaten sowie Japan und Südkorea allerdings mitentscheidend. Hierdurch bietet sich für viele Wettbewerber Ostasiens und Ozeaniens die Möglichkeit, Neuseeland günstig zu beliefern.

Der langfristige Abbau von Zöllen für den Handel zwischen den Mitgliedstaaten des Freihandelsabkommens könnte auch im Bereich Süßwaren den Konkurrenzdruck auf Deutschland erhöhen und einem weiteren Wachstum der deutschen Süßwarenexporte nach Neuseeland im Wege stehen.

Die EU hat derzeit noch kein Freihandelsabkommen mit Neuseeland. Auf viele Produktgruppen deutscher Süßwaren wird bei der Einfuhr nach Neuseeland ein Zollsatz von 5 % erhoben. Dies gilt beispielsweise auch für Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen und für viele relevante Produktgruppen aus dem Bereich Feine Backwaren, wie z. B. Waffeln.

Ein Wegfall der Zölle würde einen positiven Wachstumsimpuls für den Absatz deutscher Süßwaren in Neuseeland auslösen. Seit dem Jahr 2018 verhandelt die EU mit Neuseeland über ein Freihandelsabkommen. Im weiteren Verlauf der Verhandlungen wird sich zeigen, inwiefern auch deutsche Süßwarenexporte künftig von einem günstigeren Marktzugang profitieren können. Wichtig sind hierbei auch praxisgerechte Ursprungsregelungen, die keine neuen administrativen Hürden setzen. Bleiben die Rahmenbedingungen erhalten, dann können sich auch die Süßwarenexporte aus Deutschland nach Neuseeland weiterentwickeln.

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

## 11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

### 11.1 Messen

#### **FINE FOOD New Zealand**

Internationale Ausstellung für Nahrungsmittel und Getränke, Hotel- und Restaurantausstattung

Ort: ASB Showgrounds, 217 Greenlane West, Auckland, Neuseeland

Messetermin: 13 – 15. Juni 2021

Turnus: Alle zwei Jahre

Zielgruppe: Fachbesucher

Onlineauftritt: <http://www.finefoodnz.co.nz>

Veranstalter:

XPO EXHIBITIONS

Level 1, 99 – 107 Khyber Pass Road, Grafton, Auckland 1023, Neuseeland

Tel.: +64 9 976 8300

#### **Better Food Fair**

Nationale Ausstellung für Bio-, Paleo-, vegane, glutenfreie und ähnliche Lebensmittel  
Ausstellung in Kooperation mit der Go Green Expo

Ort: ASB Showgrounds, 217 Greenlane West, Auckland, Neuseeland

Messetermin: 21. – 28. März 2021

Ort: Horncastle Arena, 55 Jack Hinton Drive, Christchurch, Neuseeland

Messetermin: 7. – 8. August 2021

Ort: TSB Arena, 4 Queens Wharft, Wellington, Neuseeland

Messetermin: 30. – 31. Oktober 2021

Turnus: jährlich

Zielgruppe: Fachbesucher

Onlineauftritt: <https://www.aradapromotions.co.nz/go-green-expo/>

Veranstalter:

Arada Promotions Limited

11 Alpha Street, Te Aro, Wellington 6011, Neuseeland

Tel.: +64 27 291 9884

## 11.2. Kontakte

<p><b>Arnott's Biscuits Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 61 – 73 Davis Crescent, Newmarket Auckland 1023 Neuseeland <a href="https://www.arnotts.com/">https://www.arnotts.com/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Michael Cullerne, Geschäftsführer Neuseeland Tel.: +64 9 520 8040 E-Mail: <a href="mailto:consumers@arnotts.com">consumers@arnotts.com</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das australische Unternehmen Arnott's Biscuits wurde im Jahr 1865 gegründet und ist der größte Backwarenhersteller Australiens. Arnott's ist auf Kekse und Kekspeprodukte jeglicher Art spezialisiert. Seit dem Jahr 1965 werden die Produkte auch in Neuseeland vertrieben und haben sich auf dem dortigen Markt fest etabliert, sodass Arnott's mittlerweile neben Griffin's Marktführer im Backwarenssegment ist. Einige Produkte werden eigens für den neuseeländischen Markt produziert. Weltweit macht Arnott's einen Umsatz von 641 Mio. EUR (2018).</p>
<p><b>Baking Industry Association of New Zealand</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> PO Box 19028, Courtenay Place Wellington 6149 Neuseeland <a href="https://bianz.co.nz/">https://bianz.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Kevin Gilbert, Präsident / Industrieförderung Tel.: +64 27 225 5185 E-Mail: <a href="mailto:kevin@bianz.co.nz">kevin@bianz.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Der neuseeländische Verband der Backindustrie unterstützt und fördert die Backindustrie sowie ihre Produkte, führt die Bäcker und Bäckerlehrlinge des Landes an und baut ihr Netzwerk aus. Zu den Mitgliedern des Verbandes zählen Eigentümer und Manager einer Vielzahl von bäckereibezogenen Betrieben im ganzen Land, darunter Bäckerei-, Café-, Catering- und Konditoreibetriebe.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Bakers Delight (NZ) Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Princes Court, 2 Princes Street Auckland 1140 Neuseeland <a href="https://www.bakersdelight.co.nz/">https://www.bakersdelight.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: David Christie, Geschäftsführer Tel.: +64 9 638 4104 E-Mail: <a href="mailto:david.christie@bakersdelight.com.au">david.christie@bakersdelight.com.au</a></p>	<p><u>Profil:</u> Bakers Delight (NZ) ist ein im Jahr 1980 gegründetes australisches Familienunternehmen. Es agiert als Franchiseunternehmen und ist an über 700 Standorten in Australien, Kanada, den USA und Neuseeland vertreten. Es werden neben klassischen Broten eine Vielzahl an Backwaren wie Brownies, Donuts, Scones, Tartes, saisonales Gebäck, Pizzen, gefüllte Taschen und Wraps hergestellt. Bakers Delight NZ ist mit einem Umsatz von 292,29 Mio. EUR (2019) der erfolgreichste Akteur der Backwarenindustrie Neuseelands.</p>
<p><b>Bluebirds Foods Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Westpac Hse L8 430 Victoria Street Hamilton 3240 Neuseeland <a href="https://www.bluebird.co.nz/">https://www.bluebird.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Danilo Celoni, Geschäftsführer Tel.: +64 92 628 800 E-Mail: k. A.</p>	<p><u>Profil:</u> Bluebirds Foods Limited ist einer der größten Hersteller von Kartoffel- und Maischips, Flips, anderen Extruderprodukten und Salzgebäck in Neuseeland. Das Unternehmen generiert einen Jahresumsatz von 155 Mio. NZD (90,1 Mio. EUR) und beschäftigt 470 Mitarbeiter. Bluebird Foods ist Teil des US-Konzerns PepsiCo.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Brumby's Bakeries NZ Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Unit B3, 48 Oakleigh Avenue Takanini, Auckland 2112 Neuseeland <a href="https://www.brumbys.co.nz/">https://www.brumbys.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Andrew Morgan, Geschäftsführer Tel.: + 64 9 377 7615 E-Mail: <a href="mailto:andrew@ccbs.co.nz">andrew@ccbs.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das Unternehmen wurde im Jahr 1975 in Australien gegründet und agiert seit den 1990er Jahren nach dem Franchisesystem. Seit dem Jahr 1995 ist Brumby's in Neuseeland tätig. Momentan gibt es in Neuseeland fünf Filialen (Blenheim, Christchurch, Taupo und zwei in Wellington). Es werden Brot, Brötchen und süße sowie herzhaft Backwaren angeboten. Im Jahr 2019 wurde Brumby's von der Cafékette Cafe Coffee &amp; Bakery Systems (NZ) erworben.</p>
<p><b>Countdown Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 80 Favona Road, Favona Auckland 2024 Neuseeland <a href="http://www.despa.co.nz/">http://www.despa.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Greta Taylor, Head of Grocery and Liquor Tel.: +64 2 170 2756 E-Mail: <a href="mailto:greta.taylor@countdown.co.nz">greta.taylor@countdown.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Countdown ist mit 184 Filialen der am meisten verbreitete Supermarkt in Neuseeland. Das Preisniveau liegt im Mittelfeld. Das Unternehmen gehört zur australischen Woolworths Group.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>De Spa Chocolatier Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 1013 Ferry Road Christchurch 8023 Neuseeland <a href="http://www.despa.co.nz/">http://www.despa.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Philippe de Spa, Geschäftsführer Tel.: +64 3 339 2139 E-Mail: <a href="mailto:enquiries@despa.co.nz">enquiries@despa.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> De Spa Chocolatier ist ein neuseeländischer Hersteller, Importeur und Exporteur sowie Händler von belgischer Premium-Schokolade. Das Unternehmen wurde im Jahr 1992 in Christchurch von dem belgischen Einwanderer Jon de Spa gegründet. Heute beliefert De Spa mitunter Großkunden wie Air New Zealand, Telecom und AMI Insurance. Zusätzlich zu den eigenen Produkten importiert das Unternehmen feine belgische Kekse sowie Mandel- und Schokoladendragees.</p>
<p><b>Emerald Foods Group Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Stanbeth &amp; Excelsior House 22 – 28 Customs Street East Auckland 1010 <a href="https://www.icecream.co.nz/">https://www.icecream.co.nz/</a> <a href="http://www.killinchygold.co.nz/">http://www.killinchygold.co.nz/</a> <a href="https://www.newzealandnatural.com/">https://www.newzealandnatural.com/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Jerry Liu, Geschäftsführer Tel.: +64 9 274 6168 E-Mail: <a href="mailto:enquiries@icecream.co.nz">enquiries@icecream.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Emerald Foods ist einer der Marktführer für Premiumspeiseeis in Neuseeland. Das Unternehmen betreibt die Franchisekette New Zealand Natural, welche 650 Standorte in 30 Ländern hat und neben Eis auch Smoothis, Frozen Yoghurt und Säfte anbietet. Außerdem werden die Marken New Zealand Natural, Killinchy Gold, Zilch, Chateau und Mövenpick in Supermärkten vertrieben sowie exportiert. Im Jahr 2014 machte Emerald Foods einen Umsatz von 80 Mio. USD (67,4 Mio. EUR) und hatte 170 Mitarbeiter. Das Unternehmen gehört zur Emerald Foods Group Limited mit Sitz in Hongkong.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Foodflo International Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 150 Main Street Pahiatua 4941 Neuseeland <a href="https://foodflo.co.nz/">https://foodflo.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: John Cox, Geschäftsführer Tel.: +64 6 376 8774 E-Mail: <a href="mailto:john@foodflo.co.nz">john@foodflo.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Foodflo International ist ein im Jahr 1975 gegründeter Familienbetrieb und vertreibt v. a. Süßwaren wie Toffeeprodukte und Popcorn. Bonbons stellen einen großen Teil der Produktpalette dar und werden unter der Marke Kiwiland Confectionery verkauft. Des Weiteren ist das Unternehmen ein wichtiger Importeur von Süßwaren. Foodflo International erwirtschaftet einen Umsatz von 20,4 Mio. NZD.</p>
<p><b>Griffin's Foods Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Building C, Level 2 600 Great South Road, Ellerslie Auckland 1051 Neuseeland <a href="https://www.griffinsfoodcompany.com/">https://www.griffinsfoodcompany.com/</a> <a href="https://www.kettlechipcompany.co.nz/">https://www.kettlechipcompany.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: James Go, Geschäftsführer Tel.: +64 9 354 9500 E-Mail: <a href="mailto:gflcontactus@griffins.co.nz">gflcontactus@griffins.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das im Jahr 1895 gegründete Unternehmen ist einer der marktführenden Hersteller von süßen und salzigen Backwaren, Kartoffelchips, Extruderprodukten und Erdnüssen. Diese werden unter den Markennamen Eta, Kettle Chip Company sowie Huntley &amp; Palmers vertrieben. Griffin's Foods hält 50 % der Anteile an Proper Snacks Foods Limited, welche ebenfalls Chips herstellen. Des Weiteren produziert Griffin's Foods Schokoladen, verschiedene Kekssorten sowie Müsliriegel. Das Unternehmen betreibt zwei Werke in Auckland mit ca. 800 Mitarbeitern und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 155,2 Mio. EUR (2018/19). Griffin's Foods gehört der Universal Robina Corporation, einem führenden philippinischen Lebensmittelkonzern.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Harraways &amp; Sons Ltd</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> PO Bos 13040, Green Island Dunedin 9052 Neuseeland <a href="https://www.harraways.co.nz/">https://www.harraways.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Henry Hawkins, CEO Tel.: +64 3 488 3073 E-Mail: <a href="mailto:info@harraways.co.nz">info@harraways.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Harraways &amp; Sons Ltd ist auf traditionelle und nahrhafte Frühstückscerealienprodukte spezialisiert. Das Unternehmen mahlt in erster Linie Hafer, verarbeitet u. a. aber auch Roggen, Gerste und Weizenflocken. Insgesamt bietet Harraways Marken-Konsumgüter sowie Großhandels- und Mühlendienstleistungen an. Im Jahr 2016 belief sich der Umsatz des Unternehmens auf etwa 15 – 20 Mio. USD.</p>
<p><b>Hogarth Chocolate Company Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 1 King Street Nelson 7010 New Zealand <a href="http://www.hogarthchocolate.co.nz">www.hogarthchocolate.co.nz</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Karl Hogarth, Geschäftsführer Tel.: +64 3 544 8623 E-Mail: <a href="mailto:info@hogarthchocolate.co.nz">info@hogarthchocolate.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das Unternehmen wurde im Jahr 2013 gegründet und zählt somit zu einem der jüngsten Unternehmen der Süßwarenbranche. In der High-End-Schokoladenmanufaktur wird jede Tafel von Hand verpackt. Die Produkte haben bereits mehrere internationale Preise gewonnen und werden nach Australien, China, Japan, Frankreich, UK und in die USA exportiert. Hogarth Chocolate Company hatte im Jahr 2016 einen geschätzten Umsatz von 1 Mio. USD.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Hubbards Foods Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Floor 9, Quay Street Auckland 1010 Neuseeland <a href="https://hubbards.co.nz/">https://hubbards.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: k. A. Tel.: +64 508 427 3253 E-Mail: <a href="mailto:hello@hubbards.co.nz">hello@hubbards.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das im Jahr 1988 gegründete Familienunternehmen ist der drittgrößte Hersteller von Cerealien in Neuseeland. Das Unternehmen hat sich ausschließlich auf Frühstückscerealien spezialisiert.</p>
<p><b>Icelandic Holdings NZ Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 13 Sir William Ave, East Tamaki Auckland 2013 Neuseeland <a href="http://www.icelandic.co.nz">www.icelandic.co.nz</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> David Frost, Geschäftsführer Tel.: +64 9 271 7503 E-Mail: k. A.</p>	<p><u>Profil:</u> Icelandic Holdings ist der größte industrielle Hersteller von Schokoladenprodukten in Neuseeland. Das Unternehmen produziert verschiedene Schokoladensorten, Schokoladenkuvertüre, getrocknete Früchte, Nüsse und Ähnliches. Icelandic Holdings unterhält drei Standorte in Auckland und einen weiteren in Christchurch und beschäftigt ca. 65 Personen. Der geschätzte Jahresumsatz beträgt 25 – 50 Mio. NZD (14,6 – 19,1 Mio. EUR).</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>J H Whittaker &amp; Sons Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 24 Mohuia Crescent, Elsdon Porirua 5022 Neuseeland <a href="http://www.whittakers.co.nz">www.whittakers.co.nz</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Andrew Whittaker, Geschäftsführer Tel: +64 4 237 5021 E-Mail: <a href="mailto:reception@whittakers.co.nz">reception@whittakers.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Whittaker's unterhält seinen Unternehmenssitz in Porirua nahe Wellington und gehört zu den größten Süßwarenherstellern in Neuseeland. Das Unternehmen wurde im Jahr 1896 gegründet. Es importiert und verarbeitet seine eigenen Kakaobohnen und stellt schwerpunktmäßig Schokolade her. Hierbei werden neben klassischen Sorten auch Schokoladen mit Kiwi- und Manuka-Honig-Füllung angeboten. Außerdem wird Toffee produziert. Neben dem Inlandsgeschäft exportiert Whittaker's u. a. nach Australien und Asien. Das Unternehmen generiert einen Umsatz von 110 Mio. NZD (64,1 Mio. EUR) und beschäftigt 170 Mitarbeiter (Geschäftsjahr 2018/19).</p>
<p><b>James Crisp Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 202 Parnell Road, Parnell Auckland 1052 Neuseeland <a href="http://jamescrisp.co.nz/">http://jamescrisp.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Evan Grant, General Manager International Brands Tel: +64 9 309 0802 E-Mail: <a href="mailto:evan.grant@jamescrisp.co.nz">evan.grant@jamescrisp.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> James Crisp ist ein bedeutendes Importunternehmen von Nahrungsmitteln. Es werden sowohl Massenware als auch Markenprodukte importiert. Das Unternehmen arbeitet mit dem Lebensmitteleinzelhandel, insbesondere mit den Supermarktketten Pak'n Save, New World und Countdown, sowie mit dem Großhandel zusammen, um die importierten Produkte zu vertreiben.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Kellogg (Aust) Pty. Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 11 – 13 Falcon Street, Parnell Auckland 1052 Neuseeland <a href="https://www.kelloggs.co.nz/en_NZ/home.html">https://www.kelloggs.co.nz/en_NZ/home.html</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Esme Borgelt, Managing Director Australia &amp; New Zealand Tel.: +64 9 918 5585 E-Mail: <a href="mailto:room.news@kellogg.com">room.news@kellogg.com</a></p>	<p><u>Profil:</u> Kellogg (Aust) Pty. Ltd. ist ein Tochterunternehmen des US-amerikanischen Lebensmittelkonzerns The Kellogg Company. Nach Sanitarium ist Kellogg's die Nummer zwei im Bereich Frühstückscerealien in Neuseeland. Kellogg (Aust) Pty Ltd hat seinen Hauptsitz in Australien, verfügt aber auch über einen Sitz in Auckland.</p>
---	---

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Mondelez New Zealand</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> DLA Piper New Zealand, Level 15, PWC Tower 15 Customs Street West Auckland 1010 Neuseeland <a href="http://www.cadbury.co.nz">www.cadbury.co.nz</a> <a href="http://www.au.mondelezinternational.com">www.au.mondelezinternational.com</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Lokesh Dalmia, Geschäftsführer Tel.: +64 9 820 2600 E-Mail: k. A.</p>	<p><u>Profil:</u> Mondelez New Zealand gehört zum US-amerikanischen Lebensmittelkonzern Mondelez International. Zu den Süßwarenmarken, welche in Neuseeland vertrieben werden, zählen u. a. Cadbury (Schokolade), The Natural Confectionery sowie Pascall (Fruchtgummis und Zuckerwaren), Oreo (Kekse) und BelVita (Frühstückskekse). Sehr beliebt sind Pascall Pineapple Lumps, Schokoladenstücke mit Ananasfüllung. Im Jahr 2018 schloss Mondelez seine Fabrik im neuseeländischen Dunedin. Die meisten Produkte werden nun nicht mehr in Neuseeland, sondern in Australien oder auch in Asien (im Fall von Pascall) produziert. Das Unternehmen beschäftigt ca. 600 Mitarbeiter und generierte einen Umsatz von 172,43 Mio. EUR (2017) sowie 123,1 Mio. EUR (2018). Trotz dieses Umsatzrückgangs bleibt Mondelez New Zealand eines der erfolgreichsten Unternehmen der neuseeländischen Süßwarenbranche.</p>
--	---

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Much Moore Ice Cream Company Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 152 Fanshawe Street Auckland 1010 Neuseeland <a href="http://www.muchmoore.co.nz/">http://www.muchmoore.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Marcus Moore, Geschäftsführer Tel.: +64 9 441 8210 E-Mail: <a href="mailto:marcus@muchmoore.co.nz">marcus@muchmoore.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das im Jahr 1992 gegründete Familienunternehmen ist der zweitgrößte Speiseeishersteller Neuseelands und vertreibt die Produkte Much Moore, Mel-O-Rich, Sweet Nothings und Sheer Delite 97 % fat-free. Der Fokus liegt auf Eisverpackungen von ein oder zwei l, es werden aber auch Eise am Stiel produziert. Das Unternehmen hat bereits mehrmals die New Zealand Ice Cream Awards gewonnen. Much Moore ist auch im Exportgeschäft tätig und erwirtschaftete im Jahr 2015 einen geschätzten Umsatz von 12,6 – 16,8 Mio. EUR.</p>
---	--

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Nestlé New Zealand Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Level 3, 12-16 Nicholls Lane, Parnell Auckland 1010 Neuseeland <a href="http://www.Nestlé.co.nz">www.Nestlé.co.nz</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Christian Abboud, Geschäftsführer Tel.: +64 9 367 2800 E-Mail: k. A.</p>	<p><u>Profil:</u> Der Schweizer Lebensmittelkonzern Nestlé ist Hersteller, Importeur und Distributor von verpackten Lebensmitteln und Süßwaren. Schon seit dem Jahr 1885 ist Nestlé in Neuseeland tätig. Beliebte Produkte von Nestlé NZ sind KitKat (Schokolade) und Allen's (Bonbons und Fruchtgummis). Das Unternehmen unterhält zwei regionale Verkaufsbüros in Auckland und Christchurch sowie zwei Fabriken in Auckland (Wiri) und Marton. Mit einem Jahresumsatz von 440 Mio. NZD (256,24 Mio. EUR) im Geschäftsjahr 2018/19 ist Nestlé NZ der erfolgreichste Akteur des Süßwarenmarkts Neuseelands und das drittgrößte Unternehmen der Lebensmittelbranche in Neuseeland. Angestellt sind ca. 750 Personen.</p>
---	---

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>New World</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Level 3, 45 Johnston Street Lambton Quay PO Box 5401 Neuseeland <a href="https://www.newworld.co.nz/">https://www.newworld.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Chris Quin, Geschäftsführer Foodstuffs North Island Ltd. Tel.: +64 9 621 0600 E-Mail: <a href="mailto:supplierhelp@foodstuffs.co.nz">supplierhelp@foodstuffs.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> New World ist eine der drei größten Supermarktketten Neuseelands. Das Unternehmen gehört zu Foodstuffs New Zealand, zu dem auch die Supermarktkette Pak'n Save gehört. Das Unternehmen Foodstuffs ist wiederum auf zwei Unternehmen aufgeteilt, wobei eines auf der Nordinsel und das andere auf der Südinsel agiert. Im Jahr 2017 gab es neuseelandweit 140 Filialen von New World. Das Preisniveau ist insgesamt etwas höher als in anderen Supermärkten und es werden viele qualitativ hochwertige Produkte angeboten.</p>
<p><b>New Zealand Health Association Ltd. (Sanitarium)</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 124 Pah Road, Royal Oak Auckland 1203 Neuseeland <a href="http://www.sanitarium.co.nz/">http://www.sanitarium.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Robert Scoines, General Manager New Zealand Tel.: +64 9 625 0700 E-Mail: <a href="mailto:media.contact@sanitarium.co.nz">media.contact@sanitarium.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Die Sanitarium Health and Wellbeing Company ist der Handelsname der zwei Schwesterunternehmen Australian Health and Nutrition Association Ltd. und New Zealand Health Association Ltd. und ist der Marktführer im Bereich Cerealien in Neuseeland. Das Unternehmen ist im Besitz der Siebenten-Tags-Adventisten, einer protestantischen Freikirche. Das Unternehmen wurde im Jahr 1898 in Melbourne, Australien gegründet.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>New Zealand Ice Cream Manufacturers Association (NZICMA)</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 8 Tennyson Street Wellington 6011 Neuseeland <a href="https://www.nzicecream.org.nz/">https://www.nzicecream.org.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Alejandro Gimenez, Vorsitzender Tel.: +64 4 385 1410 E-Mail: <a href="mailto:info@nzicecream.org.nz">info@nzicecream.org.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Die NZICMA ist ein Verband, der die neuseeländische Speiseeisindustrie vertritt. Mitglieder sind sowohl Speiseeishersteller als auch Zulieferer. Wichtige Zielsetzungen sind neben der Interessenartikulation an die Politik Qualitätssicherung und Sicherheitsstandards. Neben einer jährlichen Konferenz vergibt die NZICMA die NZ Ice Cream Awards, bei denen die besten Eise Neuseelands ausgezeichnet werden. Des Weiteren stellt der Verband Export- und Importstatistiken von Speiseeis bereit.</p>
<p><b>Pak'n Save Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Suite 1, 60 Roma Road, Mount Roskill Auckland 1041 Neuseeland <a href="https://www.paknsave.co.nz/">https://www.paknsave.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Stephen Anderson, Geschäftsführer Tel.: +64 4 472 6435 E-Mail: k. A.</p>	<p><u>Profil:</u> Pak'n Save ist eine der drei größten Supermarktketten Neuseelands. Das Unternehmen gehört (wie New World) zu Foodstuffs New Zealand. Pak'n Save ist der günstigste Supermarkt Neuseelands (insbesondere bei Lebensmitteln) und mit einem Discounter vergleichbar. Im Jahr 2017 gab es 57 Filialen.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Prolife Foods Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 100 Maui Stree, Te Rapa Hamilton 3200 Neuseeland <a href="http://www.prolifefoods.co.nz">www.prolifefoods.co.nz</a> <a href="https://www.alisonspantry.co.nz/">https://www.alisonspantry.co.nz/</a> <a href="https://www.motherearth.co.nz/">https://www.motherearth.co.nz/</a> <a href="https://www.donovanschocolates.co.nz/">https://www.donovanschocolates.co.nz/</a> <a href="https://www.flemingsnz.co.nz/">https://www.flemingsnz.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Teresa Ciprian, Geschäftsführerin Tel.: +64 7 274 223170 E-Mail: <a href="mailto:hking@prolife.co.nz">hking@prolife.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das neuseeländische Unternehmen Prolife Foods ist Hersteller verschiedener Süßwaren und Knabberartikel wie Schokolade, Nüsse, getrocknete Früchte, Cerealien, Müsliriegel und Süßwaren unter Marken wie Alison's Pantry, Mother Earth, Flemings, Sweet Scoop und Donovan's Chocolate. Zudem produziert das Unternehmen in einer eigenen Imkerei Honig. Prolife Foods vertreibt seine Produkte sowohl in Neuseeland als auch in Australien und 16 anderen Staaten. Insgesamt sind in Neuseeland über 700 Mitarbeiter angestellt. Im Jahr 2018 wurde ein Umsatz von ca. 300 Mio. USD (252,2 Mio. EUR) gemacht.</p>
<p><b>Proper Snacks Foods Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 23 Echodale Place, Stoke Nelson 7011 Neuseeland <a href="https://www.propercrisps.co.nz/">https://www.propercrisps.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Stephen Burns, Geschäftsführer Tel.: +64 3 546 8980 E-Mail: <a href="mailto:info@propercrisps.co.nz">info@propercrisps.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das Unternehmen vertreibt unter der Marke Proper Crisps verschiedene Kartoffel- und Gemüsechips. Die Kartoffeln und das Öl werden zu einem Großteil von lokalen Landwirten der Südinsel bezogen und die Produkte als besonders naturbelassen vermarktet. Im August 2017 wurden 50 % der Anteile an Proper Snacks Foods durch das Unternehmen Griffin's Foods Limited erworben.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Potatoes New Zealand</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> Level 4 Co-operative Bank House 20 Ballance Street Wellington 6011 Neuseeland <a href="https://potatoesnz.co.nz/">https://potatoesnz.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Chris Claridge, Vorstandsvorsitzender Tel.: +64 4 472 3795 E-Mail: k. A.</p>	<p><u>Profil:</u> Der Verband Potatoes New Zealand (PNZ) besteht aus neuseeländischen Anbauern, Verarbeitern und Händlern von Kartoffeln. Ziel des Verbands ist die Vertretung der Interessen seiner Mitglieder. Hierbei stehen die Sicherstellung der Qualität der angebauten Kartoffeln, Zertifizierungen von Saatgut und Inspektionen der Betriebe im Vordergrund. Außerdem unterhält PNZ ein Forschungs- und Entwicklungsnetzwerk mit internen und externen Experten, um Anbau- und Verarbeitungstechnik zu verbessern und die Einhaltung von biologischen Sicherheitsnormen zu gewährleisten.</p>
<p><b>Rainbow Confectionery Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 22a Kalmia Street, Unit 9, Ellerslie Auckland 1051 Neuseeland <a href="http://www.rainbowconfectionery.co.nz">www.rainbowconfectionery.co.nz</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Brett Simmon, National Sales Manager Tel.: +64 27 553 2340 E-Mail: <a href="mailto:brett@rainbow.co.nz">brett@rainbow.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Rainbow Confectionery Limited ist ein neuseeländischer Hersteller von Süßwaren. Zum Produktsortiment zählen Kaugummi, Schokolade, süße und saure Fruchtgummis und Fondant. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte sowohl unter der Marke Rainbow als auch unter der Marke Regina bei einer Produktionskapazität von ca. 8 tsd. t pro Jahr. Bei einer Mitarbeiterzahl von 80 lag der geschätzte Umsatz im Jahr 2016 bei geschätzt 30 – 50 Mio. USD (25,2 – 42 Mio. EUR).</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>RJ's Licorice Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 5 Tiro Tiro Road Levin 5540 Neuseeland <a href="http://www.rjslicorice.co.nz">www.rjslicorice.co.nz</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Amy Law, Sales Director Tel.: +64 6 366 0270 E-Mail: <a href="mailto:admin@rjlicorice.co.nz">admin@rjlicorice.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das Unternehmen, welches im Jahr 1995 gegründet wurde, stellt v. a. Lakritz Süßwaren her und ist in diesem Segment Marktführer. Die Artikel werden unter den Markennamen RJ's, Black Knight, Fabulicious, Mackintosh, Oddfellows, Heards und Jaffa's vertrieben. Etwa 30 % der Produktion werden in die USA sowie nach Kanada und Australien exportiert. Im Jahr 2018 hat RJ's Licorice einen Teil der neuseeländischen Süßwarenmarken von Nestlé übernommen. Im Jahr 2018 beschäftigte das Unternehmen ca. 100 Mitarbeiter und hatte einen geschätzten Umsatz von 33,6 – 42 Mio. EUR.</p>
<p><b>Talley's Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> PO Box 5 Motuekah Neuseeland <a href="https://www.talleys.co.nz/">https://www.talleys.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Andrew Talley Tel.: +64 3 528 2800 E-Mail: <a href="mailto:inquiries@talleys.co.nz">inquiries@talleys.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das im Jahr 1936 gegründete Unternehmen startete seine Tätigkeiten mit dem Vertrieb von Fisch und Meeresfrüchten und weitete später sein Sortiment auf gefrorenes Gemüse, Kartoffelprodukte und Fleisch aus. Mittlerweile ist auch die Produktion von Speiseeis und Molkereiprodukten ein Schwerpunkt von Talley's. Neben den Marken Motueka und Creme de la Creme für den Inlandsmarkt stellt das Unternehmen eine Vielzahl von Geschmacksrichtungen für den Export her. Im Jahr 2014 wurde ein Gesamtumsatz von 2 – 2,5 Mrd. USD (1,7 – 2,1 Mrd. EUR) erwirtschaftet.</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>The Cheesecake Shop (NZ) Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 7b Canaveral Drive Rosedale, Auckland 0632 Neuseeland <a href="https://www.thecheesecakeshop.co.nz/">https://www.thecheesecakeshop.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: David Reid, Geschäftsführer Tel.: k. A. E-Mail: <a href="mailto:contact@cheesecake.com.au">contact@cheesecake.com.au</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das Unternehmen The Cheesecake Shop wurde im Jahr 1991 in Sydney gegründet. Die verschiedenen Bäckereien agieren nach dem Franchisekonzept. Im Jahr 1995 wurde die erste Filiale in Neuseeland eröffnet. Heute gibt es 225 Bäckereien und über 2 tsd Angestellte in Australien, Kanada, den USA und Neuseeland. Seit dem Jahr 2017 ist das Unternehmen mit einer Filiale in Christchurch erstmals auf der neuseeländischen Südinsel tätig. Das Unternehmen stellt verschiedene Kuchen, Torten, Cupcakes sowie verschiedene Toppings und Dekorationen her. Im Jahr 2014 überstieg der Umsatz in Australien und Neuseeland 100 Mio. AUD (61,9 Mio. EUR).</p>
<p><b>Tip Top Ice Cream Company Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 113 Carbine Road Auckland 2060 Neuseeland <a href="https://www.tiptop.co.nz/">https://www.tiptop.co.nz/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Aaron Harvey, Geschäftsführer Tel.: +64 9 573 7200 E-Mail: <a href="mailto:hello@tiptop.co.nz">hello@tiptop.co.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das im Jahr 1936 in Wellington gegründete Unternehmen ist der größte Hersteller von Speiseeis in Neuseeland. Tip Top produziert eine Vielzahl an ikonischen Eise am Stiel (u. a. Trumpets, Eskimos und Memphis Meltdown), Wassereisen (u. a. Popsicles und Jelly Tips) sowie Eis in größeren Verpackungen. Tip Top war lange Teil des neuseeländischen Konzerns Fonterra, wurde aber im Jahr 2019 für 250 Mio. USD an den englischen Speiseeiskonzern Froneri verkauft. Tip Top hat ca. 400 Angestellte und erwirtschaftet 101,1 Mio. USD (85,2 Mio. EUR).</p>

11. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

<p><b>Trade Aid Importers Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 174 Gayhurst Road Christchurch 8061 Neuseeland <a href="http://www.tradeaid.co.nz">www.tradeaid.co.nz</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Geoffrey Angus Tel.: +64 3 385 3535 E-Mail: <a href="mailto:customerservice@tradeaid.org.nz">customerservice@tradeaid.org.nz</a></p>	<p><u>Profil:</u> Trade Aid ist ein im Jahr 1973 in Neuseeland gegründetes Unternehmen. Es importiert fair gehandelte Produkte wie Kaffee, Kakao, Trockenfrüchte, Nüsse und Samen und stellt aus den eingeführten Basisprodukten in einer firmeneigenen Fabrik in Christchurch Schokolade unter dem Markennamen Sweet Justice her. Herkunftsländer sind v. a. die Dominikanische Republik, Ecuador und Peru. Des Weiteren vertreibt das Unternehmen Non-Food-Artikel wie Geschirr, Einrichtungsgegenstände und Textilien. Trade Aid Importers hatte im Jahr 2018 ca. 50 Mitarbeiter und einen Umsatz von 20 Mio. NZD (11,6 Mio. EUR).</p>
<p><b>Wedderspoon Organic NZ Ltd.</b></p> <p><u>Adresse und Onlineauftritt:</u> 621 Lineside Roa Rangiora 7400 Neuseeland <a href="https://wedderspoon.com/">https://wedderspoon.com/</a></p> <p><u>Kontaktperson:</u> Name: Timothy Brien, Geschäftsführer Tel.: +64 21 797327 E-Mail: <a href="mailto:mweight@wedderspoon.com">mweight@wedderspoon.com</a></p>	<p><u>Profil:</u> Das kleine Unternehmen stellt zum Großteil Honig her, welcher jeweils durch die Nutzung von in Neuseeland beheimateten Pflanzen gewonnen wird. Insbesondere der Manuka-Honig (hergestellt durch Nutzung der Südseemyrte) und der Rata-Honig (hergestellt durch Nutzung des Südinsel-Eisenholz) sind hervorzuheben. Auf Basis dieser Honige produziert Wedderspoon Organic Bonbons, Pastillen und Fruchtgummis. Neben dem Inlandsgeschäft werden die Produkte v. a. in den USA verkauft, wo ein Sitz des Unternehmens liegt.</p>

## HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und  
Landwirtschaft (BMEL)  
53123 Bonn

## BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424  
(Internationale Grundstoffpolitik, Export, Absatzförderung)  
Rochusstraße 1  
53123 Bonn  
E-Mail: 424@bmel.bund.de

## STAND

Dezember 2020

## UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

## BILDNACHWEIS

Rawf8/stock.adobe.com

## TEXT

enviacon international  
International Consultancy  
Schlossstr. 26  
12163 Berlin  
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion  
Petra Fischer  
Linus Piesch  
Charlotte Schuchard

## 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 Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.**

Weitere Informationen unter

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

[@bmel](https://twitter.com/bmel)

[Lebensministerium](https://www.lebensministerium.de)

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