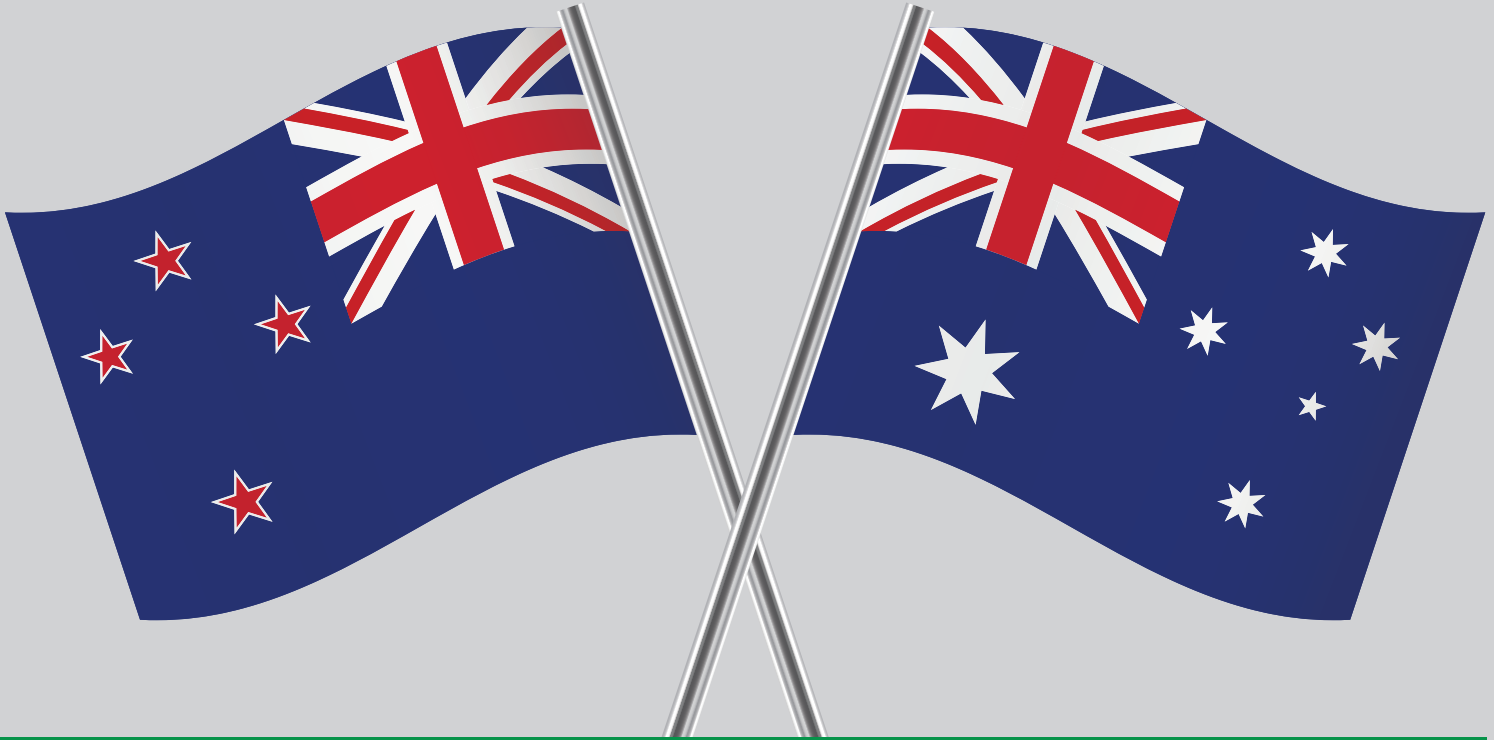




Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Lebensmittel in Australien und Neuseeland

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / Mai 2023

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis.....	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Executive Summary	7
2. Einleitung.....	8
3. Überblick über den Zielmarkt Australien	9
3.1. Allgemeine Informationen.....	9
3.2. Bevölkerungsstruktur	10
3.3. Politik	11
3.4. Wirtschaftliche Situation	11
3.5. Verbrauchermarkt für Lebensmittel.....	13
3.6. Lebensmittelsicherheit	14
3.7. Entwicklung der Lebensmittelpreise	14
3.8. Trends und Entwicklungen im Lebensmittelmarkt	15
4. Produktion und Verbrauch von Nahrungsmitteln in der australischen Landwirtschaft.....	17
4.1. Inländische Landwirtschaft, Nahrungsmittel- und Getränkeproduktion	17
4.2. Lebensmittelexporte und -importe	18
4.3. Lebensmittelkategorien.....	20
4.3.1. Fleisch	20
4.3.2. Fisch und Meeresfrüchte	20
4.3.3. Obst und Gemüse	20
4.3.4. Snacks und Süßwaren	21
4.3.5. Brot und Backwaren	22
5. Lebensmitteldistribution in Australien.....	25
5.1. Struktur des Vertriebsmarktes	25
5.2. Retail-Markt.....	26
5.3. Foodservice-Markt.....	26
5.4. Convenience-Markt	28
6. Rechtlicher Rahmen in Australien	30
6.1. Einfuhr- und Zollvorschriften.....	30
6.2. Lebensmittel- und Biosicherheit.....	30
6.3. Verpackungs- und Kennzeichnungsvorschriften, Lebensmittelzusatzstoffe, Pestizide und andere Verunreinigungen.....	31
6.4. Mehrwertsteuer	31
7. SWOT-Analyse Australien.....	32
8. Marktchancen in Australien	34
9. Überblick über wichtige Kontakte und Messen in Australien.....	36

9.1. Fachmessen in Australien	36
9.2. Industrie- und Branchenverbände	37
9.3. Anlauf- und Kontaktstellen für deutsche Unternehmen.....	39
10. Überblick über den Zielmarkt Neuseeland	40
10.1. Allgemeine Informationen.....	40
10.2. Politik	41
10.3. Wirtschaftliche Situation	41
10.4. Ernährungssicherheit.....	42
10.5. Trends und Entwicklungen im Lebensmittelmarkt	42
11. Produktion und Verbrauch von Nahrungsmitteln in der neuseeländischen Landwirtschaft	44
11.1. Inländische Landwirtschaft, Nahrungsmittel- und Getränkeproduktion	44
11.2. Lebensmittelimporte	44
11.3. Lebensmittelkategorien.....	45
11.3.1. Fleisch	45
11.3.2. Fisch und Meeresfrüchte	46
11.3.3. Obst und Gemüse	46
11.3.4. Snacks und Süßwaren	46
11.3.5. Backwaren.....	46
11.3.6. Alkoholische und nicht alkoholische Getränke.....	46
12. Lebensmitteldistribution in Neuseeland	48
12.1. Lieferketten und Vertriebsstrukturen	48
12.2. Retail-Markt.....	48
12.3. Foodservice-Markt.....	49
12.4. Convenience-Markt	51
13. Rechtlicher Rahmen in Neuseeland	53
13.1. Einfuhr und Zollbestimmungen	53
13.2. Lebensmittel- und Biosicherheit.....	53
13.3. Verpackungs- und Kennzeichnungsvorschriften	53
13.4. Mehrwertsteuer	54
14. SWOT-Analyse Neuseeland	55
15. Marktchancen in Neuseeland	56
16.1. Fachmessen	57
16.2. Industrie- und Branchenverbände	58
16.3. Anlauf- und Kontaktstellen für deutsche Unternehmen.....	59
Quellenverzeichnis	60

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Umsatz des Lebensmittelmarktes	14
Tabelle 2: Freihandelsabkommen Australiens	19
Tabelle 3: Konsum von Snackartikeln in Australien	22
Tabelle 4: Anzahl der Supermarktfilialien der fünf größten Supermarktketten	26
Tabelle 5: Stärken und Schwächen des australischen Lebensmittelmarktes	32
Tabelle 6: Chancen und Risiken des australischen Lebensmittelmarktes	33
Tabelle 7: Herkunftsländer der Lebensmittelimporte	45
Tabelle 8: Verteilung neuseeländischer Supermärkte	49
Tabelle 9: Stärken und Schwächen des neuseeländischen Lebensmittelmarktes.....	55
Tabelle 10: Chancen und Risiken des neuseeländischen Lebensmittelmarktes.....	55

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Klimazonen Australiens	10
Abbildung 2: Verbraucherpreisindex Australien.....	13
Abbildung 3: Präferenzen der Australier beim Auswärtsessen	16
Abbildung 4: Landwirtschaftliche Produktion nach Kategorien	18
Abbildung 5: Vertriebsstruktur Australiens	25
Abbildung 6: Verteilung des kommerziellen Foodservices in Australien.....	27
Abbildung 7: Verteilung des institutionellen Foodservices in Australien	28
Abbildung 8: Lebensmittelpreisindex Neuseelands	43
Abbildung 9: Vertriebsstrukturen Neuseelands.....	48
Abbildung 10: Verteilung des kommerziellen Foodservices in Neuseeland	50
Abbildung 11: Verteilung des institutionellen Foodservices in Neuseeland	51

Abkürzungsverzeichnis

A\$	Australian Dollar
ABS	Australian Bureau of Statistics
AFGC	Australian Food and Grocery Council
ALP	Australian Labor Party
APCO	Australian Packaging Covenant Organisation
ASEAN	Verband Südostasiatischer Nationen
BICON	Biosecurity Import Conditions System
BLE	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BIP	Bruttoinlandsprodukt
GFSI	Global Food Security Index
GST	Goods and Services Tax
GTAI	Germany Trade and Invest
kg	Kilogramm
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
NZ\$	New Zealand Dollar
RBA	Reserve Bank of Australia
RBNZ	Reserve Bank of New Zealand
RCEP	Regional Comprehensive Economic Agreement

1. Executive Summary

Australien und Neuseeland zeichnen sich durch eine starke Agrarwirtschaft sowie qualitativ hochwertige Produkte und Erzeugnisse aus. Beide Länder stellen sich nach der COVID-19-Pandemie den wirtschaftlichen Herausforderungen die sich sowohl durch steigende Inflationsraten als auch durch ein ansteigendes Lebensmittel - Preisniveau darstellen. Freihandelsabkommen sollen dem entgegenwirken und zum Wirtschaftswachstum beitragen. Im Frühjahr 2023 unterzeichnete Australien ein solches Freihandelsabkommen mit dem Verband Südostasiatischer Nationen (ASEAN) und Neuseeland.

Beide Länder bieten ein attraktives Wirtschaftsumfeld, da sie eine große Nähe zur westlichen Rechts- und Unternehmenskultur aufweisen. Sowohl Australier als auch Neuseeländer legen großen Wert auf regionale und frische Produkte. Europäische und besonders deutsche Lebensmittel genießen hohes Ansehen auf dem Markt. Weiterhin positiv für Importierende ist die Einstellung der Bevölkerung zu neuen und innovativen Lebensmittelprodukten und -erzeugnissen. Die Bevölkerung legt eine hohe Neugierde und Offenheit für neue Geschmäcker und Lebensmittel an den Tag. Beide Landesküchen werden durch die Kombination regionaler Lebensmittel und den Einfluss der vielen verschiedenen ansässigen Ethnien geprägt. Australien und Neuseeland zählen jeweils in Bezug auf die hohe Lebensmittelsicherheit zu sehr risikoarmen Ländern.

Zu den allgemeinen Herausforderungen beider Märkte zählen sehr strenge Einfuhrbestimmungen für Lebensmittel. In Australien kommen komplexe Logistik- und Vertriebsstrukturen hinzu, die durch weite Entfernungen und andere geografische Voraussetzungen bedingt sind. Klimawandelbedingte Extremwetterlagen führen in Australien immer wieder zu kurzfristigen Versorgungsengpässen. Für Importeure von Lebensmitteln ergeben sich aus diesen Versorgungsengpässen Chancen, sich am Markt zu etablieren.

Trend beider Märkte ist das steigende Bewusstsein für eine gesunde und ausgewogene Ernährung. Entsprechend nachgefragt sind Produkte, die auf neuen Proteinquellen basieren, oder gesunden Snacks.

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum Thema „Der Markt für Lebensmittel in Australien und Neuseeland“ wurde im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) von SBS systems for business solutions GmbH erstellt und soll allen am australischen und neuseeländischen Lebensmittelmarkt interessierten Unternehmen einen ersten Überblick über die Strukturen des Marktes verschaffen und Exportchancen sowie Absatzpotenziale erörtern. Die Marktstudie behandelt dabei zunächst den australischen und im Anschluss den neuseeländischen Markt. Die beiden Märkte werden separat behandelt, da sie trotz ihrer geografischen Nähe in Bezug auf die Dynamiken des Lebensmittelmarktes recht unterschiedlich sind.

Zunächst gibt die Marktstudie einen allgemeinen Einblick in die politischen und wirtschaftlichen Strukturen der jeweiligen Zielmärkte und führt die wichtigsten Eckdaten der Länder auf. Darüber hinaus werden grundlegende Informationen des jeweiligen Lebensmittel-Marktes dargestellt, wie etwa die Lebensmittelsicherheit und aktuelle Entwicklungen und Trends (Kapitel 3 und Kapitel 11).

Anschließend wird in den Kapiteln 4 (Australien) bzw. 12 (Neuseeland) auf die Details des Lebensmittelmarktes im Hinblick auf die einzelnen Produktgruppen des Nahrungsmittel- und Getränkesektors eingegangen.

In den folgenden Kapiteln 5 (Australien) und 13 (Neuseeland) wird auf die Vertriebsstruktur in beiden Ländern detailliert eingegangen. Hier wird vor allem die Differenzierung der Segmente Einzelhandel, Convenience und Foodservice/Gastronomie hervorgehoben und es werden die wichtigsten Akteure in den jeweiligen Segmenten vorgestellt.

In den Kapiteln 6 (Australien) und 14 (Neuseeland) werden die rechtlichen Rahmenbedingungen genauer untersucht. Es folgen eine SWOT-Analyse der Lebensmittelbranche Australiens (Kapitel 7) und Neuseelands (Kapitel 15) sowie ein Ausblick hinsichtlich potenzieller Geschäftschancen für deutsche Unternehmen (Kapitel 8 und 16). Abschließend werden eine Liste der wichtigsten Kontakte des Sektors, deutscher Einrichtungen und Anlaufstellen sowie eine Übersicht über wichtige Messen des Lebensmittelsektors bereitgestellt (Kapitel 9 und 17).

3. Überblick über den Zielmarkt Australien

Die nachfolgenden Kapitel geben einen Überblick zu den wichtigsten Rahmenbedingungen Australiens und stellen die grundlegende Struktur des Lebensmittelmarktes in Australien vor.

3.1. Allgemeine Informationen

Australien ist mit einer Fläche von 7.692.024 Quadratkilometern das sechstgrößte Land der Erde. Australien befindet sich im Herzen des Indischen und Pazifischen Ozeans und liegt südlich von Südostasien und nördlich der Antarktis. Die angrenzenden Nachbarstaaten sind Neuseeland, Osttimor, Indonesien und Papua-Neuguinea. Die Gesamtbevölkerung der Insel umfasst etwa 25,7 Millionen (Mio.) Menschen (2021).¹ Die offizielle Landessprache ist Englisch. Weitere in Australien verbreitete Sprachen sind Mandarin (2,7 %), arabisch (1,4 %), vietnamesisch (1,3 %), kantonesisch (1,2 %) und andere Sprachen (20,4 %).

Australien ist in die sechs Bundesstaaten New South Wales, Queensland, South Australia, Tasmania, Victoria und Western Australia sowie die zwei Festlandterritorien Australian Capital Territory und Northern Territory unterteilt. Die Hauptstadt von Australien ist Canberra. Die größte Stadt Australiens ist Sydney mit einer Einwohnerzahl von 4,2 Mio.² So konzentriert sich der Großteil der Bevölkerung (fast 80 %) entlang der Ostküste in den Bundesstaaten New South Wales, Queensland und Victoria. Die nachstehende Abbildung 1 zeigt, dass Australien eine große landschaftliche sowie klimatische Vielfalt aufweist. Die Landwirtschaft wird je nach Region mit sehr unterschiedlichen Bedingungen konfrontiert. Im Allgemeinen ist es in weiten Gebieten trocken bis halbtrocken, im Süden und Osten gemäßigt und im Norden tropisch. Im Letzteren kann es zu Monsunregen und tropischen Wirbelstürmen kommen.

In den australischen Alpen gibt es eine Schneeregion, die sich im Winter über eine Fläche erstreckt, die größer ist als die der Schweiz, allerdings ist der Schneefall zu manchen Jahreszeiten unzuverlässig. Der Klimawandel hat in den letzten Jahren zu einer Zunahme von Wetterextremen wie Trockenheit und Buschbränden sowie Stürmen und Überschwemmungen geführt. All dies hat Auswirkungen auf die lokale Lebensmittelversorgungskette und führt zu Preisschwankungen sowie Versorgungsengpässen.³

¹ The Nations Online Project, unter www.nationsonline.org/oneworld/australia.htm, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

² Ebenda.

³ Australian Government, Bureau of Meteorology, unter www.bom.gov.au/climate/change/#tabs=Tracker&tracker=timeseries, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

Klimazonen Australiens

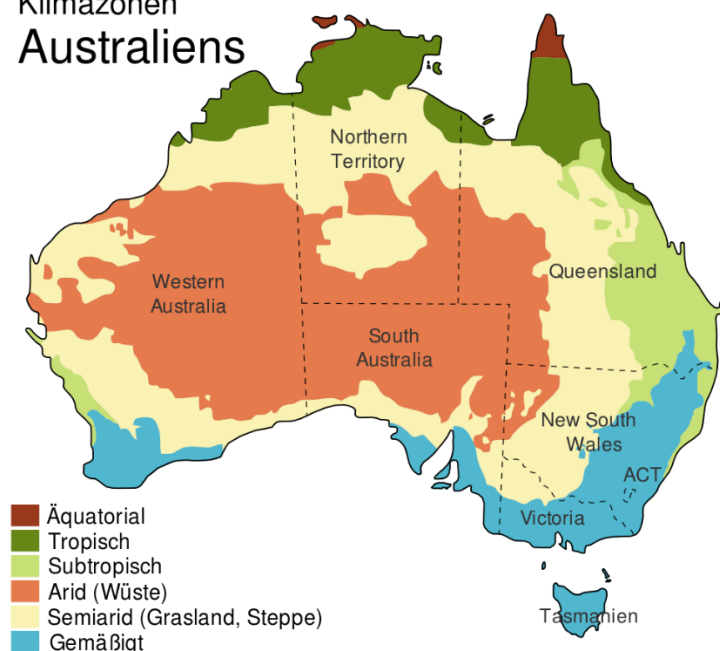


Abbildung 1: Klimazonen Australiens

Quelle: Wikipedia, Klimazonen Australien

3.2. Bevölkerungsstruktur

Australien hat einen prähistorischen Migrationshintergrund (Vorfahren der heutigen Aborigines und Torres Strait Islanders). Es wurde im Jahr 1829 formell als britisches Territorium anerkannt und erlangte im Jahr 1901 seine Unabhängigkeit. Aufgrund seiner Vorgeschichte zählt der Kontinent heute zu den Mitgliedern des Commonwealth.⁴ Das heutige Australien ist eine multikulturelle Gesellschaft, die von Einwanderern aus Großbritannien und später aus vielen anderen Ländern geprägt wurde. Dies spiegelt sich oft in der Wahl der Speisen und Gerichte wider.

Die relevantesten ethnischen Gruppen neben den Australiern sind wie folgt:⁵

- Engländer 33 %
- Iren 9,5 %
- Chinesen 5,5 %
- Deutsche 4 %
- Aborigines 2,9 %
- Schotten 8,6 %
- Italiener 4,4 %
- Inder 3,1 %
- Griechen 1,7 %
- Sonstige 4,7 %

⁴ Australian Bureau of Statistics, unter <https://www.abs.gov.au/statistics/people/population/national-state-and-territory-population/sep-2022>, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁵ Ebenda.

Der Großteil der Bevölkerung (fast 80 %) lebt entlang der Ostküste in den Bundesstaaten New South Wales, Queensland und Victoria.

3.3. Politik

Australien ist in drei Regierungsebenen unterteilt: Bund, Länder und Gemeinden. Auf nationaler Ebene verfügt Australien über eine parlamentarische Demokratie und auf Bundesebene über einen konstitutionellen Monarchen – derzeit vertreten durch den Generalgouverneur König Karl III., mit Sitz in der Hauptstadt Canberra. Das Bundesparlament besteht aus zwei Kammern: Dem Senat mit 76 Sitzen (12 aus jedem der sechs Bundesstaaten und zwei aus den beiden Festlandsterritorien) und dem Repräsentantenhaus mit 151 Sitzen, dessen Mitglieder durch eine Mehrheitswahl in 151 Wahlkreisen im ganzen Land gewählt werden.⁶

3.4. Wirtschaftliche Situation

Aus dem Jahr 2022 ging Australien mit einem Wirtschaftswachstum von etwa 3,7 % hervor.⁷ Dieses wurde hervorgerufen durch einen Anstieg der Haushaltsausgaben und eine Steigerung des Exportwertes im Jahr 2021. Letzteres war bedingt durch die Aufhebung der COVID-19-Beschränkungen. Australiens wirtschaftliche Lage wird aktuell von mehreren Herausforderungen geprägt. Dazu zählen unter anderem die straffe Geldpolitik der australischen Zentralbank, bedingt durch die schrittweise Erhöhung des Leitzinses sowie ein inflationsbedingter Anstieg der Lebenshaltungskosten und ein Rückgang der Reallöhne.⁸

Im Frühjahr 2023 wurde das Freihandelsabkommen zwischen ASEAN, Australien und Neuseeland offiziell unterzeichnet. Es wird prognostiziert, dass daraus ein starkes exportorientiertes Wachstum hervorgerufen wird und der Exportanteil am Bruttoinlandsprodukt (BIP) bis zum Jahr 2025 auf 32,2 % steigen wird. Das entspräche einem Wachstum von etwa 28 % im Vergleich zum Jahr 2021.⁹

Ein weiteres relevantes Freihandelsabkommen, das „Regional Comprehensive Economic Agreement“, trat im Januar 2022 in Kraft und betrifft den indopazifischen Raum. Bereits ein Jahr nach Inkrafttreten ist erkennbar, dass sich dieses Abkommen unter anderem positiv auf die australische Landwirtschaft auswirken wird, da Australien viele inländische landwirtschaftliche Produkte exportiert. Dieses Abkommen sowie die wachsende Nachfrage nach im Land vorkommenden Rohstoffe wie Lithium, Kupfer und Nickel, begünstigen die

⁶ Parliamentary Education Office, unter <https://peo.gov.au/understand-our-parliament/how-parliament-works/three-levels-of-government/the-roles-and-responsibilities-of-the-three-levels-of-government/>, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁷ GlobalData, unter www.globaldata.com/media/business-fundamentals/australia-economy-growth-to-decelerate-to-1-9-in-2023-forecasts-globaldata/#:~:text=Consequently%2C%20the%20country%20economic%20growth,leading%20data%20and%20analytics%20company, zuletzt aufgerufen am 26.04.2023

⁸ Ebenda.

⁹ Ebenda.

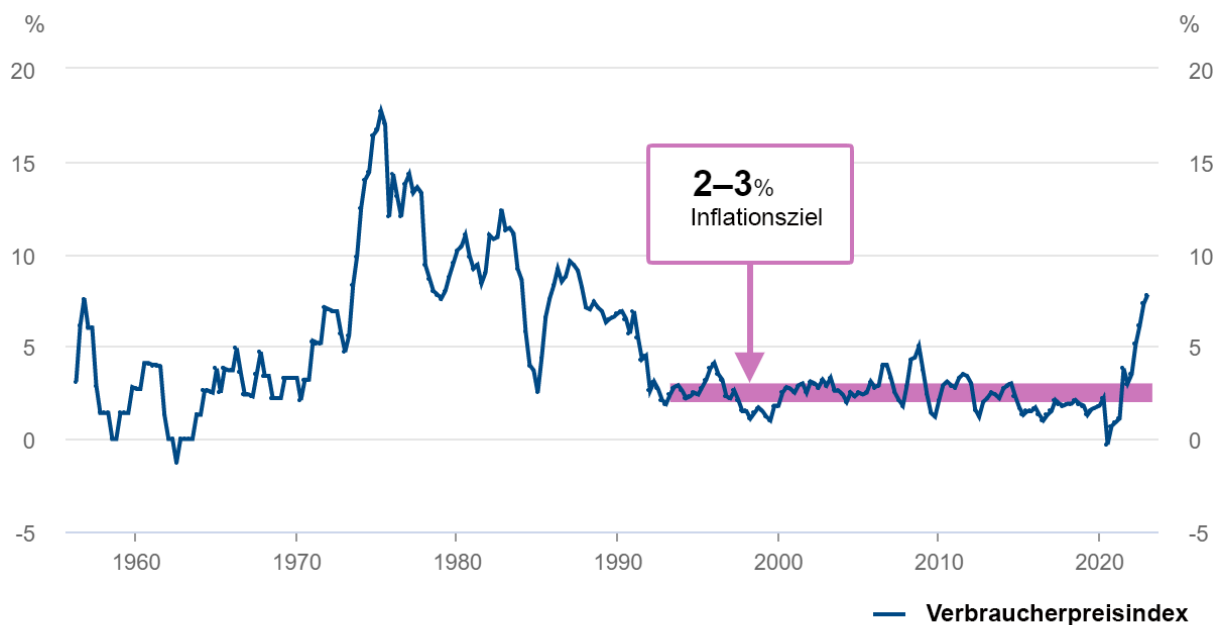
Wirtschaftsaussichten Australiens. Aufgrund des bedeutenden Exporthandels mit Mineralien, Rohstoffen und landwirtschaftlichen Erzeugnissen erwies sich Australien oft relativ stabil in Phasen globaler wirtschaftlicher Depressionen.¹⁰

Gemessen am Global Data Country Risk Index ist Australien ein risikoarmes Land. Einflussfaktoren auf den Risikowert eines Landes sind politische, makroökonomische, soziale und ökologische Bedingungen. Einer der wenigen Störfaktoren für das Wirtschaftswachstum in Australien ist die anhaltende Inflation. Die Inflationsrate lag im vierten Quartal 2022 bei 7,8 %. Das ist der höchste Stand seit 1990. Das selbsternannte Ziel der Australischen Zentralbank sieht eine Inflationsrate von 2 bis 3 % vor.¹¹ Aktuelle Prognosen legen nahe, dass die Inflationsrate für 2023 auf etwa 5,4 % sinken wird.

¹⁰ GlobalData, unter www.globaldata.com/media/business-fundamentals/australia-economy-growth-to-decelerate-to-1-9-in-2023-forecasts-globaldata/#:::text=Consequently%2C%20the%20country%20economic%20growth,leading%20data%20and%20analytics%20company, zuletzt aufgerufen am 26.04.2023.

¹¹ Reserve Bank of Australia, unter www.rba.gov.au/inflation-overview.html, zuletzt aufgerufen am 26.04.2023.

Inflationsbekämpfende Maßnahmen sahen in Australien unter anderem eine Erhöhung des Leitzinses vor.¹² Die nachstehende Abbildung 2 des ABS stellt die Entwicklung des Verbraucherpreis - Indexes in Australien dar.



Quelle: ABS; RBA

Abbildung 2: Verbraucherpreisindex Australien

Quelle: Reserve Bank of Australia

3.5. Verbrauchermarkt für Lebensmittel

Australiens Verbrauchermärkte für Lebensmittel lassen sich in drei Segmente untergliedern: Supermärkte, Gastronomie/Foodservice und Convenience. Bezogen auf das Gesamtangebot an Lebensmitteln und alkoholfreien Getränken in Australien, stellt der Anteil der Supermärkte das größte Segment mit 65 % dar. Der Gastronomie- und Foodservice-Bereich stellt mit 25 % den zweitgrößten Anteil dar. Die restlichen 10 % gehen auf das Convenience-Segment zurück.¹³ Seit 2007 ist der Anteil der Supermärkte am Gesamtangebot an Lebensmitteln und alkoholfreien Getränken langsam zurückgegangen, während der Anteil des Gastronomie- und Foodservice-Marktes vor der COVID-19-Pandemie von 21 % auf 25 % gestiegen ist. Der jährliche Umsatz von 193 Milliarden (Mrd.) A\$ (2022) teilte sich zwischen den Segmenten, wie in der Tabelle 2 ersichtlich wird, wie folgt auf¹⁴:

¹² GlobalData, unter www.globaldata.com/media/business-fundamentals/australia-economy-growth-to-decelerate-to-1-9-in-2023-forecasts-globaldata/#:~:text=Consequently%2C%20the%20country's%20economic%20growth,leading%20data%20and%20analytics%20company, zuletzt aufgerufen am 26.04.2023.

¹³ Food Industry Foresight 2023.

¹⁴ Ebenda.

Tabelle 1: Umsatz des Lebensmittelmarktes

Lebensmittel- Verbrauchermarkt	Jährlicher Umsatz in A\$
Convenience und Einzelhandel	145 Mrd.
Gastronomie und Foodservice	48 Mrd.

Quelle: Food Industry Foresight 2023

3.6. Lebensmittelsicherheit

Der Global Food Security Index (GFSI) der Economic Intelligence Unit ist ein quantitatives und qualitatives Benchmarking-Modell, das die Ernährungssicherheit in Entwicklungs- und Industrieländern auf der Grundlage von 58 Indikatoren misst. Die Ergebnisse von 113 Ländern auf der ganzen Welt konzentrieren sich auf die Kernthemen Erschwinglichkeit, Verfügbarkeit, Qualität und Sicherheit, natürliche Ressourcen und Widerstandsfähigkeit.¹⁵

Dadurch zählt Australien zu den nahrungssichersten Ländern der Welt und belegt im Jahr 2022 mit einem GFSI - Wert von 75,4 Platz 22 von 113 Ländern. Diese Platzierung ist eine Verbesserung um 10 Plätze gegenüber dem Jahr 2021. Australien produziert mehr Lebensmittel als es verbraucht und exportiert etwa 70 % seiner landwirtschaftlichen Produktion. Das Land importiert etwa 11 % seiner Lebensmittel und Getränke. Im Falle von Versorgungsunterbrechungen ist die Ernährungssicherheit der Bevölkerung weniger gefährdet.¹⁶

3.7. Entwicklung der Lebensmittelpreise

Die neuesten Daten des Australischen Statistikamtes zeigen, dass die Ausgaben für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke im Geschäftsquartal Dezember 2022 um 0,9 % im Vergleich zum vorherigen Quartal gestiegen sind. Mahlzeiten außer Haus und Speisen zum Mitnehmen stiegen um 2,1 %, was auf rapide steigende Inputkosten (wie gestiegene Preise für einzelne Lebensmittel) und Mindestlohnerhöhungen zurückzuführen sind. Innerhalb der verschiedenen Lebensmittelgruppen stiegen die Preise für Molkereiprodukte um 2,7 % und für Brot und Getreideerzeugnisse um 3,4 %.¹⁷

¹⁵ Food Industry Foresight, The momentous issue of global food security, 2021, unter: www.fifoforesight.com/what-we-offer/free-downloads/market-insights/global-food-security.aspx, zuletzt aufgerufen am 26.04.2023.

¹⁶ Economist Impact, Food Security Index, unter: www.impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index/explore-countries/australia, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

¹⁷ Australian Bureau of Statistics, unter: www.abs.gov.au/statistics/economy/price-indexes-and-inflation/consumer-price-index-australia/latest-release, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

Die Preise für frische Lebensmittel in Australien schwanken häufig aufgrund ungünstiger klimatischer Bedingungen. Die Preise für Gemüse sanken um 10,2 % (im vierten Quartal 2022), da sich die Wetterbedingungen rechtzeitig zur Anbausaison wieder normalisierten.¹⁸

3.8. Trends und Entwicklungen im Lebensmittelmarkt

Die australische Küche und die Essgewohnheiten in Australien waren seit der Besiedlung durch die Briten Jahr 1788 zunächst durch deren Traditionen geprägt. Seitdem hat sich das Land zu einer multiethnischen Gesellschaft entwickelt, in der sich die kulinarischen Vorlieben entsprechend der Einwanderung verändert und angepasst haben.

Dies gilt wiederum nicht für die Lebensmittel und Gewürze, die seit langem von den First Nations, den Ureinwohnern des Landes, gegessen und bevorzugt werden.¹⁹

Mittlerweile ist bei allen Australiern eine zunehmende Tendenz zu beobachten, dass beim Kochen zu Hause oder in der Freizeit vermehrt australische Lebensmittel oder Gewürze verwendet werden. Zu den am häufigsten verwendeten Lebensmitteln/Gewürzen gehören²⁰:

- Buschtomaten
- Davidson-Pflaume
- Fingerlinde
- Kakadu-Pflaume
- Pfefferbeere
- Quandong
- Salzbusch
- Wattleseed (Akaziensamen)
- Wüstenlinde
- Zitronenmyrte

In Australien gibt es keine Nationalküche im eigentlichen Sinne, denn es gibt eine Vielzahl verschiedener Arten von Einflüssen, die die Australier alle als Bestandteil ihrer Landesküche bezeichnen. Um dies näher zu erläutern: Thailand zum Beispiel hat eine nationale Küche, und jede andere, ob asiatisch oder westlich, wird als „fremd“ bezeichnet.

Es gibt zwar den Begriff der australischen Küche, aber dieser ist schwer zu bestimmen. Die australische Küche wird auch als Fusionsküche bezeichnet und stellt eine Kombination aus asiatischen und westlichen Gerichten und Zutaten dar. Daher kann der australische Gaumen als „kühn und offen“ bezeichnet werden.

In der folgenden Abbildung 3 werden die kulinarischen Vorlieben der Australier beim Auswärtsessen differenziert nach Bundesstaat und Territorium dargestellt.²¹ Besonders beliebt scheinen dabei chinesische, italienische, thailändische sowie indische und japanische

¹⁸ Food Industry Foresight 2023.

¹⁹ Medibank, unter www.medibank.com.au/livebetter/be-magazine/food/7-delicious-native-australian-foods-to-get-to-know/, zuletzt aufgerufen am 26.04.2023.

²⁰ Ebenda.

²¹ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse,.

Küche zu sein. Andere Küchen, wie beispielsweise die Libanesische, Spanische oder, sind im Vergleich nur marginal im Land vertreten.



Abbildung 3: Präferenzen der Australier beim Auswärtsessen

Quelle: Food Industry Foresight

4. Produktion und Verbrauch von Nahrungsmitteln in der australischen Landwirtschaft

Die nachstehenden Kapitel beschreiben die Struktur der australischen Agrarindustrie, die Import- und Exportsituation für Lebensmittel und gehen auf die unterschiedlichen Lebensmittelkategorien ein.

4.1. Inländische Landwirtschaft, Nahrungsmittel- und Getränkeproduktion

Australien verfügt über einen vielfältigen Landwirtschafts-, Fischerei- und Forstwirtschaftssektor, der eine Reihe von pflanzlichen und tierischen Erzeugnissen produziert. Auf das Ende einer dreijährigen Dürre an der Ostküste im Jahr 2020 folgten mehrere Jahre mit einer Rekorderzeugung. In vielen landwirtschaftlichen Regionen herrschten innerhalb einer einzigen Saison sehr schlechte bis sehr gute Bedingungen. Diese Volatilität ging einher mit sehr hohen Rohstoffpreisen für fast alle wichtigen landwirtschaftlichen Erzeugnisse Australiens. Der Bruttowert der Produktion aus Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft ist in den letzten 20 Jahren real (bereinigt um die Verbraucherpreisinflation) um 59 % gestiegen – von etwa 59 Mrd. A\$ im Jahr 2002/03 auf 93 Mrd. A\$ im Jahr 2021/22.²²

Die nachstehende Abbildung 4 stellt den Anteil der landwirtschaftlichen Produktion Australiens nach Kategorien dar. Den mit Abstand größten Anteil an der landwirtschaftlichen Produktion machen die Kategorien „Getreide“ mit 21 % und „Rind und Kalb“ mit 18 % aus.

²² Australian Government, Department of Agriculture, Fishery and Forestry, unter: www.agriculture.gov.au/abares/products/insights/snapshot-of-australian-agriculture#agricultural-production-is-growing, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

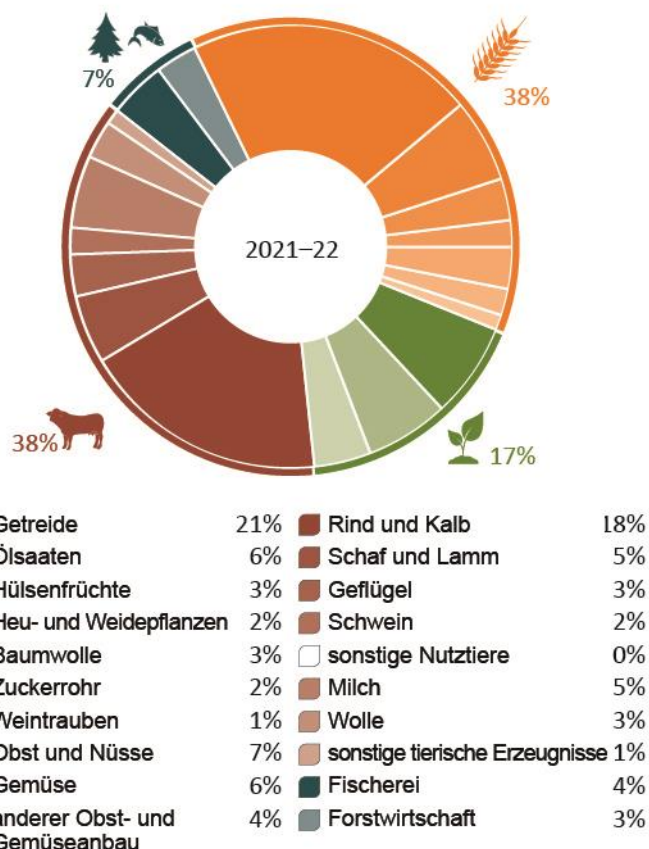


Abbildung 4: Landwirtschaftliche Produktion nach Kategorien

Quelle: Australian Government, Department of Agriculture, Fisheries and Forestry

4.2. Lebensmittelexporte und -importe

Die australischen Agrarexporteure genießen ein relativ niedriges Zollumfeld, da der Kontinent ein großer Verfechter des Freihandels ist. Politik und Wirtschaft sprechen sich regelmäßig für eine verstärkte internationale Zusammenarbeit und gegen protektionistische Maßnahmen aus. Dies manifestiert sich in den zahlreichen Freihandelsabkommen, die in den vergangenen Jahren geschlossen wurden. So hat Australien 17 Freihandelsabkommen abschließen können, die in der nachstehenden Tabelle 3 aufgelistet sind. Anhand dieser Tabelle wird ersichtlich, dass Australien vor allem im asiatischen Raum sehr gute Handelskonditionen besitzt und diese auch stetig ausbaut. Diese Freihandelsabkommen verschaffen australischen Agrarexporteurern einen Vorteil auf den wichtigsten Zielmärkten und andersherum.

Australien exportiert etwa 72 % des Gesamtwerts der landwirtschaftlichen, fischereilichen und forstwirtschaftlichen Produktion und erreichte 2022 einen Wert von 76 Mrd. A\$.²³

²³ Australian Government Department of Agriculture, Fisheries and Forestry: www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/market-access-trade/fta/ftas-inforce, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

Tabelle 2: Freihandelsabkommen Australiens

Länder	Freihandelsabkommen (Jahr des Inkrafttretens)
Neuseeland	ANZCERTA oder CER (1983)
Singapur	SAFTA (2003)
USA	AUSFTA (2005)
Thailand	TAFTA (2009)
ASEAN (Neuseeland, Brunei, Burma, Malaysia, Philippinen, Singapur, Vietnam, Thailand, Laos, Kambodscha, Indonesien)	AANZFTA (2010)
Malaysia	MAFTA (2013)
Korea	KAFTA (2014)
Japan	JAEPFA (2015)
China	ChAFTA (2015)
Peru	PAFTA (2020)
Indonesien	IA-CEPA (2020)
Pacific Agreement on Closer Economic Relations	PACER (2020)
Regional Comprehensive Economic Partnership (Brunei, Darussalam, Kambodscha, China, Japan, Laos, Neuseeland, Singapur, Thailand, Vietnam, Korea (Rep.), Malaysia and Indonesien)	RCEP (2022)
India Economic Cooperation and Trade Agreement	ECTA 2022
Großbritannien	A-UKFTA 2022

Quelle: Australien Government, Department of Agriculture, Fisheries and Forestry

Obwohl Australien über eine beträchtliche einheimische Nahrungsmittelproduktion verfügt, importiert das Land eine Vielzahl von Nahrungsmitteln, um eine konstante Versorgung zu

gewährleisten und die ganzjährige Nachfrage zu befriedigen. Das Land ist heute Nettoimporteur in sechs Lebensmittelkategorien: Meeresfrüchte, verarbeitetes Obst und Gemüse, Erfrischungsgetränke, Sirup, Süßwaren, Backwaren sowie Öle und Fette. Im Jahr 2022 machten die Lebensmittelimporte 6,4 % der gesamten Wareneinfuhren aus.²⁴

4.3. Lebensmittelkategorien

4.3.1. Fleisch

Die Australier sind, bedingt durch die Bedeutung der Tierhaltung für die inländische Produktion, traditionell große Fleischkonsumenten, wobei der Gesamtbedarf durch eine beträchtliche einheimische Eiweißproduktion sowie durch Importe gedeckt wird. Der Verbrauch von Geflügelfleisch ist in Australien am höchsten und doppelt so hoch wie der von Schweine-, Rind- und Kalbsfleisch. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Geflügelfleisch ist seit 2013 mit durchschnittlich über 40 Kilogramm (kg) pro Jahr stabil geblieben. Auch der Verzehr von Schweine- und Rindfleisch ist im gleichen Zeitraum mit durchschnittlich 20 kg pro Jahr konstant geblieben. Der Verbrauch von Lammfleisch hingegen ist seit 2015 von durchschnittlich 9,5 kg Lammfleisch pro Jahr pro Kopf auf etwa 6 kg im Jahr 2021 gesunken. Das entspricht einem Rückgang von 37 %.²⁵

4.3.2. Fisch und Meeresfrüchte

Im Zeitraum 2020 bis 2021 betrug der Gesamtverbrauch an Fisch und Meeresfrüchten in Australien 356 Kilotonnen.²⁶ Der Pro-Kopf-Verbrauch ist seit 2010 relativ konstant. Zu den typischen Produkten dieser Kategorie zählen Krabben, Garnelen, Hummer, Lachs, Austern, Jakobsmuscheln und Thunfisch. Die am stärksten konsumierten Fische und Meeresfrüchte sind Garnelen, Thunfisch und Lachs. Der Import-Anteil von Fisch und Meeresfrüchten ist seit 2010/2011 von 65 % auf etwa 62 % gesunken.²⁷

4.3.3. Obst und Gemüse

Im Zeitraum von 2020 bis 2021 hat der australische Obst- und Gemüseanbau (ohne Weintrauben) einen geschätzten Bruttowert von 12 Mrd. A\$. Die wichtigsten Produktgruppen (gemessen am Produktionswert) sind: Obst und Nüsse (5 Mrd. A\$), Gemüse (4 Mrd. A\$) sowie Tafeltrauben und getrocknete Weintrauben (490 Mio. A\$).²⁸

Der Gesamtwert der Exporte an Gemüse, Ost und Nüssen betrug im gleichen Zeitraum 3,4 Mrd. A\$, wohingegen frisches und verarbeitetes Obst, Gemüse und Nüsse im Wert von 3,4 Mrd. A\$ importiert wurden. Wichtige Handelsbeziehungen in diesem Segment pflegt

²⁴ Australian Government Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, unter www.agriculture.gov.au/abares/products/insights/snapshot-of-australian-agriculture#around-72-of-agricultural-production-is-exported, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

²⁵ Statista/ OECD, unter www.statista.com/statistics/1240754/australia-meat-consumption-by-type/, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

²⁶ Australian Government Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, unter www.agriculture.gov.au/abares/research-topics/fisheries/fisheries-and-aquaculture-statistics/seafood-consumption, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

²⁷ Ebenda.

²⁸ Hort Innovation, unter www.horticulture.com.au/growers/help-your-business-grow/research-reports-publications-fact-sheets-and-more/australian-horticulture-statistics-handbook/, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

Australien vor allem mit Südkorea, Mexiko und China. Von diesen Hauptlieferanten werden unter anderem Pilze, Spargel, Knoblauch und Zwiebeln bezogen. Neuseeland und die USA sind die Hauptlieferanten von importiertem Obst nach Australien. Zu den importierten Früchten gehören Kiwis, Avocados, Orangen und Trauben.²⁹

4.3.4. Snacks und Süßwaren

Süße und herzhaft verpackte Snacks sind in Australien sehr beliebt. Untersuchungen über einen Zeitraum von 11 Jahren (Juni 2008 bis Juli 2019) ergaben, dass 90 % aller Erwachsenen (alle Personen ab 14 Jahren) wöchentlich verpackte Snacks und Süßwaren (wie Müsli-Riegel, Schokolade, Kekse und ähnliches) konsumieren.

28 % werden als „starke Verbraucher“ definiert. Personen in dieser Kategorie zeichnen sich durch einen durchschnittlichen Konsum von sieben Snacks pro Woche aus. „Mittlere Snacker“ (4 bis 6 Snacks pro Woche) machen 35 % aus. Erwachsene, die 1 bis 3 Snacks pro Woche zu sich nehmen („leichte Snacker“) machen einem Anteil von 26 % aus. Lediglich 11 % der Australier essen keine verpackten Snacks.³⁰

Weitere Ergebnisse der Beobachtungen ergaben, dass die Beliebtheit von gesunden und herzhaften Snacks über den Zeitraum 2008 bis 2019 zugenommen hat, während süße Snacks deutlich an Beliebtheit verloren haben. Beispiele für gesunde Snacks sind Müsliriegel, Frühstückriegel und Reiscracker. Zu dem süßen Pendant zählen unter anderem Kekse und Schokolade.³¹ Tabelle 4 gibt einen Überblick über den prozentualen Anteil des Verzehrs verschiedener Snack-Kategorien entsprechend den Vorlieben der Australier.

²⁹ Hort Innovation, unter www.horticulture.com.au/growers/help-your-business-grow/research-reports-publications-fact-sheets-and-more/australian-horticulture-statistics-handbook/, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

³⁰ Roy Morgan Research, unter www.roymorgan.com/findings/nearly-9-in-10-australian-adults-eat-packaged-snacks-in-an-average-week, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

³¹ Ebenda.

Tabelle 3: Konsum von Snackartikeln in Australien

Verpackte Snackartikel	Anteil konsumierender Australier
Herzhafte Snacks	66 %
Gesunde Snacks	55 %
Pralinen	48 %
Joghurt	45 %
Süße Kekse	41 %
Eis	39 %
Lutscher und Kaugummis	30 %
Saucen	22 %
Gefrorene Desserts/Milchprodukte	12 %

Quelle: Roy Morgan Research

4.3.5. Brot und Backwaren

Zu den Backwaren gehören Brot und Brötchen, warmes Gebäck und Pasteten, Kuchen und sonstige. Australien ist berühmt für seine Fleischpasteten, die eine über 100 Jahre alte Tradition haben und bei den Verbrauchern immer noch beliebt sind. Fleischpasteten gelten als eine der Leibspeisen der Australier und das Angebot ist groß. Ein weiteres beliebtes Gebäck, das nicht ganz so bekannt ist wie die Fleischpastete, ist die sogenannte „sausage roll“. Dabei handelt es sich um eine Wurst, die in einer Teighülle gebacken wird.³²

Der Brotkonsum der Australier ist über die Jahrzehnte hinweg konstant geblieben. Die wichtigste Brotsorte ist nach wie vor das herkömmliche quadratische Brot, das in Scheiben geschnitten und aus Weißmehl, Vollkornmehl oder Körnermehl hergestellt wird.

Ein Trend, der in den letzten Jahren gewachsen ist, bezieht sich auf die zunehmende Beliebtheit und das wachsende Angebot handwerklich hergestellten Brotsorten, die europäischen Brottraditionen ähneln. Dazu gehören Sauerteig-, Roggen-, Dinkelbrote und Baguettes. Auch verschiedene Arten von Wraps sowie Croissants und dänisches Gebäck haben an Beliebtheit gewonnen.³³

³² Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

³³ Ebenda.

4.3.6. Alkoholische und alkoholfreie Getränke

Ähnlich wie in anderen westlichen Märkten durchläuft die Kategorie der alkoholfreien Getränke in Australien mit dem Wachstum von Sport- und Energiegetränken, der Verschärfung der Gesetzgebung für das Recycling von Behältern und dem Druck, den Zuckergehalt zu reduzieren, einige Veränderungen.

In Australien ist das am häufigsten konsumierte nicht milchhaltige, alkoholfreie Getränk Wasser, gefolgt von zuckergesüßten Erfrischungsgetränken, Fruchtsäften und kalorienarmen, gesüßten Getränken. Erfrischungsgetränke stellen mit 74 % des Umsatzes, etwa 4,3 Mrd. A\$, das größte Segment dar. Es folgen Fruchtsäfte mit 14 % bzw. 816 Mio. A\$ und abgefülltes Wasser mit 12 % bzw. 711 Mio. A\$.

Große Anbieter wie Coca-Cola mussten feststellen, dass ihre Top Produkte rückläufig waren, und reagierten darauf mit einer Erweiterung ihres Portfolios.³⁴ Während der COVID-19-Pandemie änderte sich das Trinkverhalten der Australier: Der Alkoholkonsum zu Hause stieg um 13 %, während der Konsum außerhalb des Hauses deutlich zurückging.³⁵ Das Trinkverhalten hat sich nach dem Abklang der COVID-19-Pandemie wieder dem seinem Ausgangszustand angenähert.

Alkohol wird nur in lizenzierten Einzelhandelsgeschäften oder von Gastronomiebetrieben verkauft, nicht aber in Supermärkten oder in anderen Geschäften. Die einzigen Ausnahmen sind die ALDI-Supermärkte, die über eine „Lizenz“ verfügen. Die anderen großen Supermärkte – Woolworths und Coles – verfügen über eigene Einzelhandelsketten für Spirituosen, die in der Regel mit dem Supermarkt zusammengelegt sind, aber als separate Geschäfte betrieben werden. Es gibt noch mehrere andere spezialisierte Einzelhandelsketten für Spirituosen.³⁶

Australien exportiert alkoholische Getränke im Wert von über 3,6 Mrd. A\$ – vor allem Wein, der auf vielen Märkten sehr beliebt ist. Es gibt einen zunehmenden Trend zur Destillation einheimischer Spirituosen, z. B. werden inzwischen viele einheimische Gins hergestellt. Zusätzlich zur normalen australischen Mehrwertsteuer (GST) wird eine spezifische Alkoholverbrauchs- und eine Weinausgleichssteuer erhoben. Die Verbrauchssteuer macht einen erheblichen Teil des gesamten Alkoholpreises aus. Es wird geschätzt, dass etwa 33 % des Einzelhandelspreises eines typischen Kartons vollwertigen Biers auf die Verbrauchssteuer entfallen und weitere 9 % auf die GST.³⁷ Zu den Produktrends in diesem

³⁴ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

³⁵ Ebenda.

³⁶ Ebenda.

³⁷ Parliament of Australia, unter www.aph.gov.au/About_Parliament/Parliamentary_Departments/Parliamentary_Library/FlagPost/2022/April/Beer_tax, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

Bereich gehört die Zunahme von bequemen, vorgemischten und „trinkfertigen“ Produkten wie Gin Tonic, Rum Cola und aromatisierten Alcopops.³⁸

³⁸ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

5. Lebensmitteldistribution in Australien

In den nachfolgenden Kapiteln wird die allgemeine Struktur des australischen Vertriebsmarktes beschrieben sowie auf die einzelnen Eigenschaften des Retail-, Foodservice- und Convenience-marktes eingegangen.

5.1. Struktur des Vertriebsmarktes

Die Struktur des australischen Vertriebsmarktes ist einzigartig und unterscheidet sich deutlich von anderen westlichen Märkten. Wie in den meisten Ländern werden Lebensmittel über drei große Verbrauchersegmente verkauft (siehe Abbildung 5).

Retailer liefern das Hauptvolumen und werden von zwei großen Supermarktketten dominiert: Coles und Woolworths. Das **Foodservice** - Segment ist stark zersplittert. Kein einziger Händler hat einen Anteil von mehr als 10 %. Das dritte Segment ist **Convenience** (manchmal auch als „Routenhandel“ bezeichnet). Bei Convenience handelt es sich im Wesentlichen um den Einzelhandel, der jedoch einige unterschiedliche Vertriebskanäle und andere Merkmale aufweist, auf welche im Folgenden noch eingegangen wird.

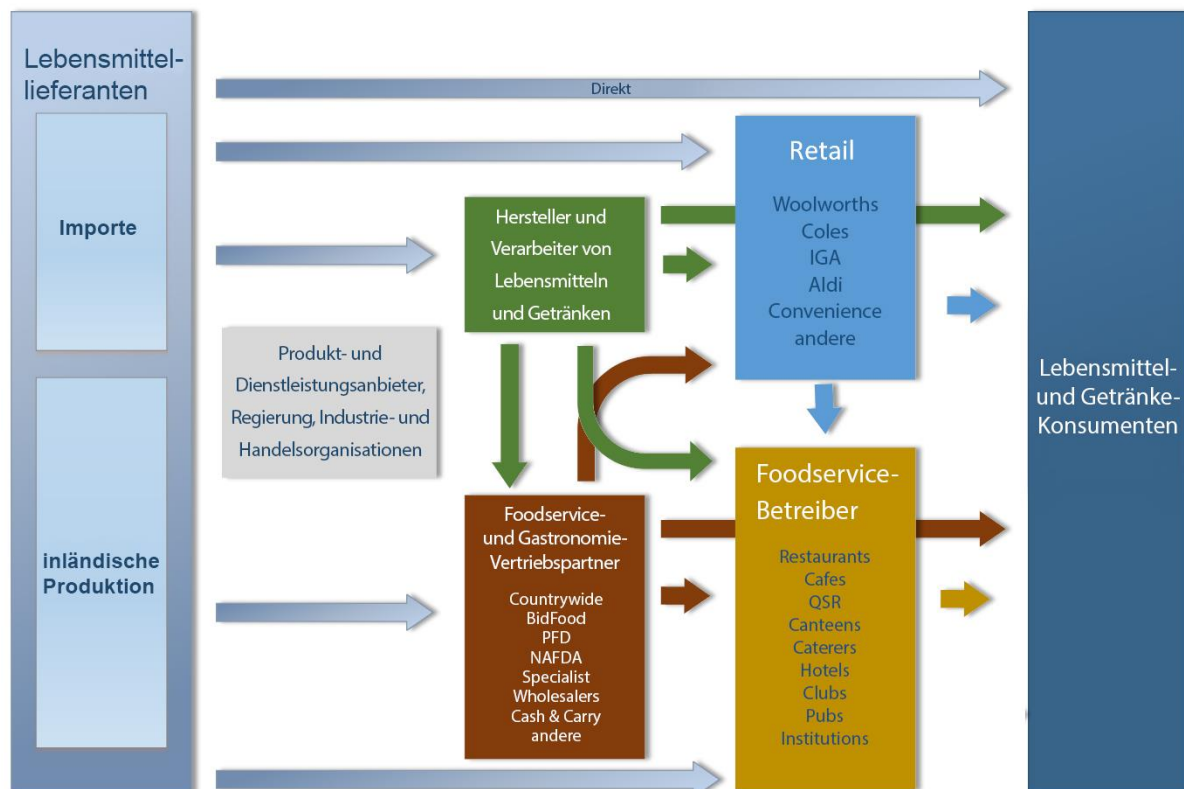


Abbildung 5: Vertriebsstruktur Australiens

Quelle: Food Industry Foresight

Der Convenience-Markt macht etwa 10 % des Gesamtmarktes aus – allerdings nur in fünf Produktkategorien, diese sind: Getränke (heiß und kalt), Snacks, Speiseeis und Milchdesserts, Bäckereiprodukte und Süßwaren.³⁹

5.2. Retail-Markt

Der Supermarktsektor ist einer der am härtesten umkämpften des Landes. In den letzten fünf Jahren hat zudem das rasante Wachstum des deutschen Discounters ALDI die Branche und den Wettbewerb für die lokalen Supermarktketten dramatisch verändert.

Die fünf größten Supermarktketten sind der Tabelle 5 zu entnehmen.⁴⁰

Tabelle 4: Anzahl der Supermarktfilialien der fünf größten Supermarktketten

Supermarkt	Anzahl der Märkte
Woolworths	1097
Coles	800
ALDI	586
IGA	1264
Foodworks	342

Quelle: Food Industry Foresight Market Structure Report 2022

Im November 2022 gaben Australier nach Angaben des Australian Bureau of Statistics (ABS) etwa 11,4 Mrd. A\$ im Supermarkt aus – das entspricht etwa 520 A\$ pro Person. Zum Vergleich: Im April 2021 betrug die Gesamtausgaben für Lebensmittel 10,2 Mrd. A\$, das sind 464 A\$ pro Person. Die Verbraucherausgaben blieben vom Anstieg der Lebensmittelpreise weitgehend unberührt und stiegen im Jahresverlauf bis November 2022 um 8 %. Derartige Steigerungen wurden seit dem Kaufstopp während der COVID-19-Pandemie nicht mehr verzeichnet.⁴¹

5.3. Foodservice-Markt

Australien hat einen der einzigartigsten Gastronomiemärkte der Welt. Es ist ein Markt, der eine Fülle von verschiedenen Küchen- und Essenserlebnissen bietet. In den letzten Jahrzehnten haben die Australier – quer durch alle sozioökonomischen Gruppen und im

³⁹ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

⁴⁰ Food Industry Foresight Food Industry Foresight 2023.

⁴¹ Finder, unter: www.finder.com.au/supermarket-statistics-2023, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

ganzen Land – das Auswärtsessen zu einer Lebenseinstellung gemacht. Die Ausprägung der Neigung, auswärts zu essen, ist in Australien eine der höchsten der Welt.⁴²

Im Jahr 2022 gaben die australischen Haushalte im Durchschnitt 24,8 % ihres Budgets für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke für das Essen in Restaurants aus.

Australien ist ein riesiger Kontinent mit sechs Foodservice-Regionen, die sich an den Grenzen der Bundesstaaten und Territorien orientieren. Jede Region weist spezifische Merkmale auf, dies auch in Bezug auf das Gastronomieangebot.

Die Verteilung des kommerziellen Foodservice-Marktes ist der Abbildung 6 zu entnehmen. Der gewerbliche Lebensmittelmarkt unterteilt sich in die Segmente:⁴³

- Cafés
- Catering
- Hotels
- Pubs
- Restaurants
- Schnellrestaurant-Ketten
- Unabhängige Fast-Food-Restaurants
- Clubs (bspw. Sportvereine und ähnliche)

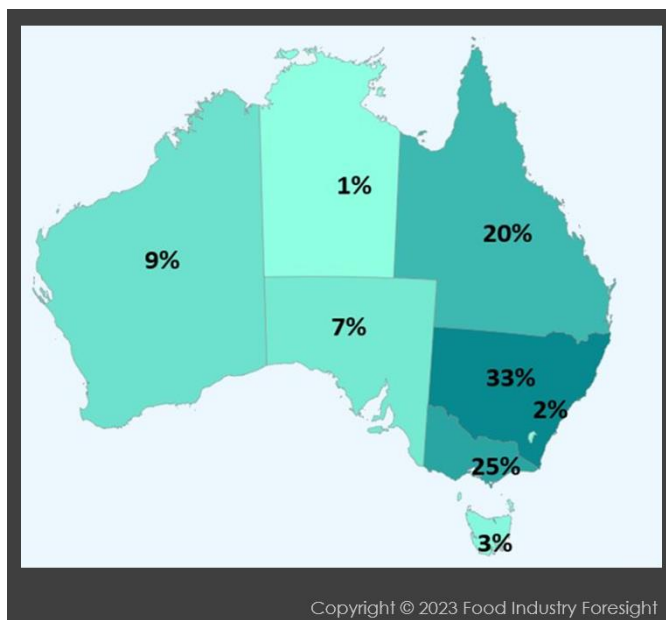


Abbildung 6: Verteilung des kommerziellen Foodservices in Australien

Quelle: Food Industry Foresight

⁴² Food Industry Foresight Food Industry Foresight 2023.

⁴³ Food Industry Foresight Market Structure Report 2022.

Im Institutionellen Foodservice- und Gastronomiemarkt werden hingegen die folgenden Segmente unterschieden:⁴⁴

- Altersheime
- Bürokantinen
- Justizvollzugsanstalten
- Kindergärten
- Krankenhäuser
- Militär
- Schulen

Die nachstehende Abbildung 7 bildet die gesamte Verteilung des institutionellen Foodservice-Marktes ab:

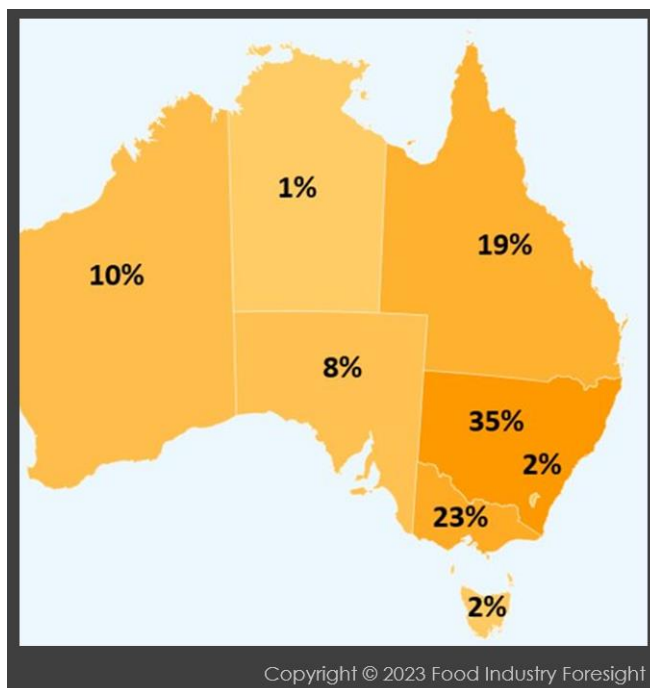


Abbildung 7: Verteilung des institutionellen Foodservices in Australien

Quelle: Food Industry Foresight

5.4. Convenience-Markt

Der Convenience-Markt besteht aus Convenience-Ketten, unabhängigen Convenience-Geschäften und Service-Tankstellen (oft auch als „Petrol and Convenience“ bezeichnet). Die wichtigsten Lebensmittelkategorien, die in Convenience-Läden verkauft werden, sind alkoholfreie Getränke, Snacks und Süßwaren. Es gibt ein gewisses Wachstum von Fast-Food-Lokalen in Tankstellen, die jedoch eher zum Foodservice als zum Convenience-Segment

⁴⁴ Food Industry Foresight Market Structure Report 2022.

gezählt werden. In Australien entfallen im Durchschnitt etwa 25 % des Umsatzes eines Convenience-Stores auf Fast-Food / Takeaway.⁴⁵

Dies steht in starkem Gegensatz zu den Convenience Stores in den meisten europäischen Ländern.⁴⁶

Die am häufigsten in Convenience-Läden verkauften Produktkategorien sind:

- Frucht- und Gemüsesäfte
- Gesunde, salzige und herzhaft Snacks
- Heißer Kaffee/Tee
- Käse Kekse
- kohlen säurehaltige Erfrischungsgetränke
- Milch
- milchhaltige Desserts, Joghurt
- Pasteten, belegte Brötchen, Pizza
- Schokolade, Süßigkeiten, Eis
- Sport- und Energy-Getränke
- Torten
- Wasser

Im Zuge der Umstellung auf Elektrofahrzeuge in Australien ist mit einer gewissen Veränderung des Marktanteils im Convenience-Segment zu rechnen. Allerdings ist die Akzeptanz von Elektrofahrzeugen in Australien derzeit noch sehr gering, so dass davon ausgegangen wird, dass eine Veränderung viele Jahre dauern wird.⁴⁷

⁴⁵ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

⁴⁶ Australian Convenience and Petroleum Marketers Association unter www.acapma.com.au/our-association/industry-at-a-glance/, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁴⁷ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

6. Rechtlicher Rahmen in Australien

Die folgenden Abschnitte zu den Einfuhrbedingungen von Lebensmitteln nach Australien sollen einen Überblick über die wichtigsten Informationen für Importeure geben. Wenn es um die Planung der Einfuhr von Lebensmitteln geht, sollten im Vorfeld Experten hinzugezogen werden, um Probleme und zusätzliche Kosten zu vermeiden.

6.1. Einfuhr- und Zollvorschriften

Australien hat strenge Quarantäne- und Biosicherheitsgesetze, die auf Bundesebene verwaltet werden. Es wird dringend empfohlen, bereits in einem frühen Stadium der Planung von Einfuhren nach Australien fachkundigen Rat von erfahrenen Spediteuren und Branchenspezialisten einzuholen.⁴⁸

6.2. Lebensmittel- und Biosicherheit

Alle in Australien verkauften Lebensmittel müssen die australischen Lebensmittelstandards erfüllen. Damit soll sichergestellt werden, dass die eingeführten Lebensmittel sicher sind und den Vorschriften entsprechen. Die Standards sind sehr streng und können auf der Website des Landwirtschaftsministeriums nachgelesen werden⁴⁹. Normalerweise hilft der Spediteur oder das Logistikunternehmen den Importeuren, diese Vorschriften zu verstehen und einzuhalten.

Mit dem System für Biosicherheits-Importbedingungen (BICON), das beim australischen Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft erhältlich ist, kann festgestellt werden, ob es sich um eine für die Einfuhr nach Australien vorgesehene, zulässige Ware handelt, ob sie Einfuhrbedingungen unterliegt, ob sie vor der Einfuhr behandelt werden muss, ob zusätzliche Unterlagen oder eine Einfuhrgenehmigung erforderlich ist⁵⁰.

Bei schwerwiegenden Verstößen gegen die Lebensmittelsicherheitsvorschriften werden Strafen verhängt. Einzelheiten zu den Einfuhrbestimmungen für die einzelnen Lebensmittel sind auf der Website des australischen [Ministeriums für Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft](#) nachlesbar.

Der „Australian Food and Grocery Council“ (AFGC) koordiniert ein Rückrufverfahren für Lebensmittelprodukte. Dieses ist für sowohl für Australien als auch Neuseeland identisch. Lebensmittelimporteure, Hersteller, Groß- und Einzelhändler spielen alle eine Rolle, wenn es zu einem Lebensmittelrückruf kommt.

⁴⁸ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

⁴⁹ Department of Agriculture, unter www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/import/goods/food, zuletzt aufgerufen unter 24.04.2023

⁵⁰ Biosecurity Import Conditions System (BICON), unter www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/import/online-services/bicon, zuletzt aufgerufen unter 24.04.2023.

Es gibt etablierte Industrierichtlinien für Informationen über Allergieprodukte, die auf der Website des [AFGC](#) detailliert nachlesbar sind⁵¹.

6.3. Verpackungs- und Kennzeichnungsvorschriften, Lebensmittelzusatzstoffe, Pestizide und andere Verunreinigungen

Importierte Lebensmittel müssen sicher sein und dem „Australia New Zealand Food Standards Code“ entsprechen. Dieser [Kodex](#)⁵² ist online verfügbar und beschreibt die Anforderungen an die Kennzeichnung, die Identifizierung von Nährwerten, Zutaten, Zusatzstoffen, Pestiziden und vieles mehr.

Darüber hinaus hat der AFGC die Entwicklung eines Branchenleitfadens für die Kennzeichnung von Lebensmitteln und Allergenen koordiniert. Dies ist ein wichtiger Standard, der den Verbrauchern hilft, ernsthafte Allergierisiken zu vermeiden⁵³.

Die AFGC ermutigt berechnigte Unternehmen, das „Australian Recycling Label“ zu verwenden, um die korrekte Entsorgung von Verpackungen zu kommunizieren. Das Label ist derzeit für B2C-Verpackungen erhältlich und wird von der „Australian Packaging Covenant Organisation“ (APCO) verwaltet. Der „National Plastics Plan“ der australischen Regierung sieht vor, dass 80 % der Supermarktprodukte dieses Label bis Ende 2023 tragen. Informationen sowie der Zugang zu dem Label sind über die Website der APCO erhältlich⁵⁴.

6.4. Mehrwertsteuer

Die australische Mehrwertsteuer ist unter der Bezeichnung GST bekannt. Die GST gilt für alle Lebensmittel und Getränke, die in dem Lokal verzehrt werden, sowie für warme Speisen, die zum Mitnehmen geliefert werden. Bei importierten Lebensmitteln wird die GST zum Zeitpunkt der Einfuhr hinzugerechnet.

Andere Lebensmittel können wiederum von der GST befreit sein. Lieferanten sollten sich von einem Fachmann beraten lassen und/oder auf der Website des Australian Taxation Office (ATO) eine detaillierte Liste des GST-Status der verschiedenen Lebensmittel einsehen.⁵⁵

⁵¹ Australian Food Recall Process, unter www.afgc.org.au/industry-resources/product-recall , zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁵² Food Standards Australia New Zealand, unter www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx , zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁵³ Australian Food & Grocery Council (AFGC), unter www.afgc.org.au/industry-resources/food-labelling-and-allergen-guide , zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁵⁴ Australian Packaging Covenant Organisation, unter www.pco.org.au/the-australasian-recycling-label , zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁵⁵ Australian Taxation Office, unter www.ato.gov.au/business/gst/in-detail/your-industry/food/gst-and-food/ , zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

7. SWOT-Analyse Australien

Tabelle 5: Stärken und Schwächen des australischen Lebensmittelmarktes

Stärken	Schwächen
Australiens wirtschaftliches Umfeld ist sehr freundlich und wird im Allgemeinen als attraktiver Standort für Unternehmen angesehen.	Strenge Biosicherheits- und Quarantänevorschriften für die Einfuhr von Lebensmitteln nach Australien sowie zwischen den Bundesstaaten und Territorien.
Ein vertrauter westlicher Rechts- und Unternehmensrahmen sowie eine unkomplizierte Geschäftskultur.	Logistik und Lebensmittelvertrieb sind aufgrund der Größe des Landes eine große Herausforderung. Ein Logistikpartner mit landesweiter Abdeckung kann für die Maximierung des Absatzes von entscheidender Bedeutung sein, d. h. ein landesweites Vertriebsnetz, entweder mit zwischenstaatlicher Lagerung und Verteilung oder durch eine Allianz mit anderen Vertriebsunternehmen.
Europäische Lebensmittel genießen ein hohes Ansehen, insbesondere Käse und andere Milchprodukte.	

Tabelle 6: Chancen und Risiken des australischen Lebensmittelmarktes

Chancen	Risiken
<p>Der Export nach Australien kann aufgrund der engen Handelsbeziehungen und Freihandelsabkommen ein Tor zu anderen Märkten in der Asien-Pazifik-Region sein.</p>	<p>Australien legt bei der Etikettierung und Vermarktung den Schwerpunkt auf „Made/Grown in Australia“, was häufig ein Alleinstellungsmerkmal für importierte Lebensmittel erfordert.</p>
<p>Die Australier sind bereit, neue Lebensmittelprodukte auszuprobieren.</p>	<p>Australien ist bedeutender Produzent einer Vielzahl von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und ein Hersteller verschiedener Lebensmittel.</p>
<p>Die Australier halten sich selbst für eine Feinschmeckernation.</p>	<p>Die Vorliebe der Australier für den Kauf lokaler Produkte nimmt zu, insbesondere seit der COVID-19-Pandemie.</p>
	<p>Die meisten Lebensmittelkategorien haben gut etablierte Marken und Marktführer.</p>

8. Marktchancen in Australien

Deutschland ist der zehntgrößte Handelspartner Australiens.⁵⁶ Australien und Deutschland haben eine enge Handelsbeziehung, die sich auf die bilaterale, regionale und multilaterale Zusammenarbeit erstreckt. Im Jahr 2021 gingen beide Länder eine verstärkte strategische Partnerschaft ein, und beide Länder betreiben seitdem einen bedeutenden Handel miteinander. Insbesondere entwickelt Australien die Fähigkeit, ein Hersteller von grünem Wasserstoff zu werden, und Deutschland ist ein Markt mit hoher Priorität.⁵⁷ Es gibt bereits über 380 deutsche Unternehmen in Australien und über eine Million deutschstämmige Bürger.

Die Identifizierung von Marktchancen ist von Lebensmittelkategorie zu Lebensmittelkategorie unterschiedlich. Der Schlüssel liegt also darin, Strategien zu identifizieren, bei denen neue Produkte auf dem australischen Lebensmittelmarkt einen Vorteil oder eine erhöhte Nachfrage haben könnten, wie z. B.:

Preisvorteile: Es gibt viele Lebensmittelkategorien, die über die derzeitigen Vertriebskanäle verkauft werden, die als „überteuert“ angesehen werden können. Dies hat der Markteintritt von ALDI in Australien gezeigt, wo gleichwertige Produkte zu deutlich niedrigeren Preisen verkauft werden. Durch eine Analyse der Preisunterschiede wäre es möglich, die Produktbereiche zu priorisieren, in denen Preisvorteile bestehen.

Stabile Bezugsquellen: Unregelmäßiges lokales Angebot oder Engpässe aufgrund von Klimaereignissen können Versorgungslücken darstellen, die durch neue Importe geschlossen werden können.

Außerhalb der Saison: Ausrichtung auf Lebensmittelkategorien, die nicht das ganze Jahr über lokal verfügbar sind.

Innovation: Neue oder andersartige Lebensmittel, wie alternative Proteine, können einen Vorteil für neue Importe darstellen.

Bestehende Lebensmittelimportkategorien: Ein weiterer Ansatz besteht darin, Lebensmittelkategorien ins Visier zu nehmen, die bereits ein hohes Maß an Einfuhren aufweisen. Diese Bereiche haben bereits einen hohen Grad an Akzeptanz als importierte Lebensmittelkategorie. Australien importiert 70 % seiner Meeresfrüchte und einige Schweinefleischprodukte wie Speck.

⁵⁶ Australian Government Department of Foreign Affairs Economic Diplomacy, unter www.dfat.gov.au/geo/germany/germany-country-brief, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023

⁵⁷ Ebenda.

Die Australier sind bereits daran gewöhnt, importierte Waren zu kaufen, und deutsche Produkte haben einen guten Ruf. Der Erfolg und das Wachstum insbesondere der ALDI-Supermärkte hat gezeigt, dass in Australien neue, preisgünstigere Lebensmittel angeboten werden können.

Unabhängig von den potenziellen Vorteilen oder Möglichkeiten für einen bestimmten Lebensmittelimport wäre es ratsam, vor dem Start einige detaillierte Nachforschungen anzustellen, um Größe und Art des Potenzials zu verstehen.

9. Überblick über wichtige Kontakte und Messen in Australien

Die folgenden Kapitel liefern Kontakte und Informationen zu relevanten Messen, Industrie- und Branchenverbänden sowie Anlaufstellen für deutsche Unternehmen in Australien.

9.1. Fachmessen in Australien

Fine Food	
Adresse / Website	Diversified Exhibitions Australia 424 Street Kilda Road 80000 Melbourne www.finefoodaustralia.com.au
Kontakt	Tel.: +61 (0)3 9261 4500 E-Mail: finefood@divcom.net.au
Profil	Größte Foodservice-Messe der südlichen Hemisphäre, die jedes Jahr abwechselnd in Sydney und in Melbourne stattfindet. Nächste Veranstaltung: 11. – 14. September 2023 in Sydney

Foodservice Australia	
Adresse/ Website	Specialised Events Lvl 1, 611 Malvern Road, Toorak, VIC 3142 www.foodserviceaustralia.com.au
Kontakt	Tel.: +61 (0)3 9999 5460 E-Mail: food@specialisedevents.com.au
Profil	Die zweitgrößte Fachmesse im Foodservice-Sektor findet jedes Jahr abwechselnd in Sydney und in Melbourne statt.

Good Food and Wine Show	
Adresse/ Website	Talk2Media Central House, 101 Moray Street, South Melbourne, VIC, 3205 www.goodfoodshow.com.au
Kontakt	Tel.: +61 (0)4 0290 5323 E-Mail: james.laing@talk2.media

Good Food and Wine Show	
Profil	Größte Lebensmittel- und Weinmesse, die den Verbrauchern jedes Jahr in vier Hauptstädten ihre Produkte präsentiert und über eine umfangreiche digitale Präsenz verfügt. Messetermine 2023: Melbourne (19. – 21. Mai), Sydney (23. – 25. Juni), Perth (21. – 23. Juli), Brisbane (27. – 29. Oktober)

9.2. Industrie- und Branchenverbände

Australian Food and Grocery Council	
Adresse/ Website	Unit 5G 65 Canberra Avenue Griffith ACT 2603 www.afgc.org.au
Kontakt	Tel.: +61 (02) 6273 1466 E-Mail: afgc@afgc.org.au
Profil	Der 1995 gegründete Australian Food and Grocery Council (AFGC) ist ein Industrieverband und vertritt die Lebensmittelindustrie Australiens.

Australian Foodservice Advocacy Body	
Adresse/ Website	PO Box 4372, North Rocks, NSW 2151 Australia www.ausfab.org
Kontakt	Tel.: +61 (0)4 1981 3592 E-Mail: tony@ausfab.org
Profil	Australian Foodservice Advocacy Body ist ein integrierter Branchenverband für Australiens Lebensmittelsektor, der direkt und indirekt Hunderttausende von Australiern beschäftigt. AFAB ist das erste vollständige Kollektiv von führenden Vertretern der Foodservice-Branche, die sich zusammengeschlossen haben, um eine Plattform für Bildung, Konnektivität und Führung zu schaffen, die das sich verändernde Gesicht und die Fähigkeiten unserer Branche berücksichtigt.

Master Grocers Australia (MGA)	
Adresse/ Website	National Support Center Suite 5, 1 Milton Parade, Malvern, Victoria, 3144 www.mga.asn.au
Kontakt	Tel.: +61 (0)3 9824 4111 E-Mail: admin@mga.asn.au
Profil	MGA wurde im Jahr 1898 gegründet und ist eine nationale, eingetragene, nicht gewinnorientierte Arbeitgebervereinigung. MGA Independent Retailer vertritt unabhängige Lebensmittel-, Spirituosen-, Holz- und Baumarktbesitzer und -betreiber.

Australian Beverages Council Ltd.	
Adresse / Website	2/2 Allen Street Waterloo NSW 2017 www.australianbeverages.org
Kontakt	Tel.: +61 (0)2 9698 1122 E-Mail: info@ausbev.org
Profil	Der Australian Beverages Council Ltd. (ABCL) ist der Spitzenverband der nichtalkoholischen Getränkeindustrie. Mitglieder sind kleine, mittlere und große Unternehmen. Zusammen produzieren diese Unternehmen über 90 % des Volumens der Branche.

Australasian Convenience and Petroleum Marketers Association	
Adresse/ Website	Suite 3, Level 7, 3 Spring Street Sydney, NSW, 2000 www.acapma.com.au
Kontakt	Tel.: +61 (0)1 3001 60270 E-Mail: communications@acapma.com.au
Profil	Die Australasian Convenience and Petroleum Marketers Association (ACAPMA) ist die eingetragene Beschäftigungsorganisation und nationale Spitzenorganisation, die die Interessen des Groß-, Vertriebs- und Einzelhandelssektors für Kraftstoffe in Australien vertritt.

9.3. Anlauf- und Kontaktstellen für deutsche Unternehmen

Deutsch-australische Industrie- und Handelskammer (AHK Australien)	
Adresse/ Website	Level 6, 8 Spring Street Sydney NSW 2000 www.australien.ahk.de
Kontakt	Tel.: +61 (0)2 8296 0400 E-Mail: info@germany.org.au

Deutsche Botschaft Australien	
Adresse/ Website	19 Empire Circuit, Yarralumla, ACT 2600 www.canberra.diplo.de
Kontakt	Tel.: +61 (0)2 6270 1911

10. Überblick über den Zielmarkt Neuseeland

Die nachfolgenden Kapitel geben einen Überblick zu den wichtigsten Rahmenbedingungen Neuseelands und stellen die grundlegende Struktur des Lebensmittelmarktes in Neuseeland vor.

10.1. Allgemeine Informationen

Neuseeland – oder Aotearoa in der Sprache der Maori – umfasst eine Fläche von 268.021 Quadratkilometern und besteht aus zwei Hauptinseln (der Nordinsel und der Südinsel) und etwa 700 kleineren Inseln im Südpazifik. Belege für die Besiedlung durch Polynesier gehen bis ins Jahr 1250 zurück, und der erste aufgezeichnete Kontakt mit Europa erfolgte 1642. Britische Entdecker kamen 1769, gefolgt von Händlern aus Europa und Nordamerika, und es folgten viele Unruhen und tödliche Kämpfe mit der einheimischen Bevölkerung. Die Maori-Stämme gaben 1835 eine Unabhängigkeitserklärung ab, die schließlich zum Vertrag von Waitangi im Jahr 1840 unter britischer Oberhoheit und später zur Bildung eines Parlaments führte.⁵⁸

Heute leben rund 5,1 Mio. Menschen in Neuseeland.⁵⁹ Die Bevölkerung Neuseelands besteht überwiegend aus Europäern (71 %), der Rest der Bevölkerung setzt sich aus Maori (14 %), Asiaten (11 %), pazifischen Völkern (7 %) und anderen (7 %) zusammen.

Englisch ist die vorherrschende Sprache in Neuseeland und wird von 95,4 % der Bevölkerung gesprochen. Das neuseeländische Englisch besitzt einen ausgeprägten Akzent und ähnelt dem australischen Englisch. Neben der englischen Sprache ist Maori eine Amtssprache des Landes.

Neuseeland ist ein langes schmales Land und liegt an der Grenze zwischen der indisch-australischen und der pazifischen Platte. Durch seine Lage an diesen tektonischen Plattengrenzen ist es anfällig für Vulkanausbrüche und Erdbeben. Die Größe und Bevölkerungsdichte aber auch die natürlichen Gegebenheiten Neuseelands ähneln stark dem Land Norwegen. Die Südinsel und größere der beiden Hauptinseln wird von den Südalpen dominiert und weist eine Vielzahl von Bergen, Gletschern und Fjorden auf. Auf der Nordinsel finden sich weniger Gebirgsstrukturen, aber dafür viele vulkanische Gipfel. Das Klima Neuseelands variiert von warm-subtropisch im hohen Norden bis zu kühl-gemäßigt im Süden. Die Gebirgsketten, die die gesamte Länge des Landes beherrschen, trennen die Ost- und die Westküste. Außerdem halten diese die typischen Westwinde und Regenfälle zurück.⁶⁰

⁵⁸ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

⁵⁹ New Zealand Government, unter www.stats.govt.nz/topics/population, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁶⁰ NIWA, unter www.niwa.co.nz/education-and-training/schools/resources/climate/overview, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

10.2. Politik

Im Jahr 1841 wurde Neuseeland eine Kolonie innerhalb des britischen Königreichs und ist heute eine konstitutionelle Monarchie mit Karl III. als König von Neuseeland. Der König wird von einem lokal ernannten Generalgouverneur vertreten. Das neuseeländische Parlament besteht aus nur einer Kammer, dem Repräsentantenhaus, das seinen Sitz in der Hauptstadt Wellington hat.⁶¹

Die politische Landschaft wird vor allem von den beiden großen Parteien „New Zealand Labour Party“ und „New Zealand National Party“ geprägt.

Die Kommunalverwaltung besteht aus 78 Räten mit etwa 1600 gewählten Mitgliedern, die sich aus Bürgermeistern, Vorsitzenden von Regionalräten, Ratsmitgliedern, Mitgliedern von lokalen Vorständen und Gemeindevorständen im ganzen Land zusammensetzen.⁶²

10.3. Wirtschaftliche Situation

Neuseeland ist reich an natürlichen Ressourcen, und zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen des Landes gehören Land-, Milch- und Forstwirtschaft, Fischerei, Bergbau und Tourismus. Der neuseeländische Dollar – auch „Kiwi“ genannt – wird vor allem von den globalen Milchpreisen beeinflusst, da Neuseeland der weltweit größte Exporteur von Vollmilchpulver ist.⁶³

Im Jahr 2023 kämpft Neuseelands Wirtschaft mit den Folgen der globalen Konjunkturlage und erlebt eine hohe Inflation und steigende Zinssätze. Um die Inflation zu dämpfen, strebt die neuseeländische Zentralbank (RBNZ) für das laufende Jahr weitere Leitzinsanhebungen an.⁶⁴ Der Leitzins liegt im April 2023 bei 5,25 %⁶⁵. Auch die Warenexporte des Landes werden durch die weltweite Konjunkturabschwächung aller Erwartung nach weiter beeinflusst werden. Im Jahr 2021 machte der chinesische Markt etwa 32,5 % des Gesamtexportwertes aus. Für die Europäische Union und Großbritannien lag dieser Wert im selben Jahr bei etwa 8,6 %⁶⁶. Wirtschaftsprognostiker sagen eine mögliche Rezession in Neuseeland im Jahr 2023 voraus, die vor allem durch die Anti-Inflationspolitik der RBNZ verursacht werden soll. Langfristig wird mit einer Stabilisierung des Leitzinses auf einem niedrigeren Niveau gerechnet. Weitere geplante Steueränderungen betreffen die Mehrwertsteuer (GST) – diese soll für frische Lebensmittel abgeschafft werden.⁶⁷

⁶¹ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

⁶² Ebenda.

⁶³ Ebenda.

⁶⁴ Coface, unter www.coface.com.au/Economic-Studies-and-Country-Risks/New-Zealand, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁶⁵ RBNZ, unter www.rbnz.govt.nz/monetary-policy/monetary-policy-decisions#ocrchart, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁶⁶ Coface, unter www.coface.com.au/Economic-Studies-and-Country-Risks/New-Zealand, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁶⁷ ANZ Bank, unter www.anz.co.nz/about-us/economic-markets-research/economic-outlook/, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

Eine vierteljährliche Umfrage, die im Auftrag der RBNZ durchgeführt wurde, legt nahe, dass die einjährigen Inflationserwartungen bis Juni 2023 mit 5,11 % relativ stabil bleiben werden, während die zweijährigen Erwartungen auf 3,30 % zurückgehen. Ferner wird erwartet, dass das jährliche BIP - Wachstum bis 2024 bei 0,79 % liegen wird und im darauffolgenden Jahr auf 1,49 % ansteigt. Die Löhne sollen im kommenden Jahr voraussichtlich um 5,51 % steigen. Auch für die Arbeitslosenquote wird für das folgende Jahr 2024 ein Anstieg von 4,19 % erwartet.⁶⁸

10.4. Ernährungssicherheit

Neuseeland gehört, gemessen am GFSI, zu den Ländern mit der höchsten Ernährungssicherheit weltweit und liegt im Jahr 2022 mit einem GFSI-Wert von 77,8 auf Platz 14 von 113 Ländern. Neuseeland liegt auf der GFSI - Liste sieben Plätze vor Australien, das auf Platz 22 rangiert.⁶⁹

10.5. Trends und Entwicklungen im Lebensmittelmarkt

Die neuseeländische Küche und die kulinarischen Vorlieben der Bevölkerung haben sich aus den historischen Einflüssen der britischen Küche sowie aus der Küche und der Kultur der Māori – Neuseelands indigener Bevölkerung – entwickelt.

Weitere Einflussfaktoren sind die Küche des pazifischen Raums sowie verschiedene mediterrane Küchen. In den letzten drei Jahrzehnten hat die Beliebtheit der amerikanischen, südostasiatischen, ostasiatischen und südasiatischen Küche zugenommen.⁷⁰ Im Kern zeichnet sich die lokale Küche durch frische, saisonale sowie lokale Produkte und Erzeugnisse aus.

Zu den Liebesspeisen der Neuseeländer zählen:⁷¹

- alle Arten von Meeresfrüchten
- Fisch und Chips
- frischer Obstsalat und die Baiser-Torte „Pavlova“
- Kiwi-Sommer-BBQ (Barbecue) mit allen möglichen Fleischsorten und Meeresfrüchten
- regionales Lammfleisch
- Speisen, die in einem traditionellen Erdofen – einem Māori Hangi –, zubereitet werden. Dazu gehören Fleischsorten wie Huhn, Schwein und Schaf sowie Kürbis, Kartoffeln und Süßkartoffel.
- Torten

⁶⁸ RBNZ, unter www.rbnz.govt.nz/statistics/series/economic-indicators/survey-of-expectations, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁶⁹ Economist Impact, unter www.impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index/explore-countries/new-zealand, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁷⁰ Pure New Zealand, unter www.newzealand.com/us/feature/favourite-new-zealand-foods/, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁷¹ Ebenda.

Seit dem Beginn der COVID-19-Pandemie ist ein deutlicher Anstieg des Preisniveaus der Lebensmittelpreise erkennbar. Dieser wird in der nachstehenden Abbildung 8 verdeutlicht.

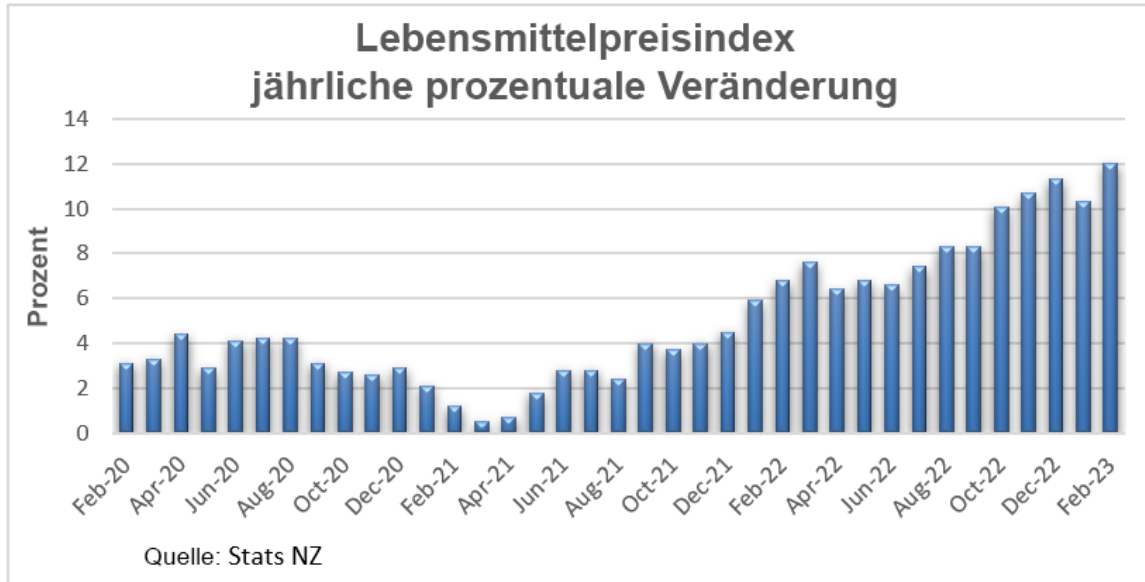


Abbildung 8: Lebensmittelpreisindex Neuseelands

Quelle: Stats NZ Tatauranga Aotearoa

11. Produktion und Verbrauch von Nahrungsmitteln in der neuseeländischen Landwirtschaft

Die nachstehenden Kapitel beschreiben die Struktur der neuseeländischen Agrarindustrie, die Import- und Exportsituation für Lebensmittel und gehen auf die unterschiedlichen Lebensmittelkategorien ein.

11.1. Inländische Landwirtschaft, Nahrungsmittel- und Getränkeproduktion

Die landwirtschaftliche Produktion Neuseelands ist von zentraler Bedeutung für die Wirtschaft des Landes. Mit einem Anteil am BIP von 7 % (im Jahr 2020) macht die Agrarindustrie einen großen Teil der handelbaren Wirtschaft des Landes aus⁷².

Die Landwirtschaft produziert große Mengen verschiedener Gartenbau-, Milch- und Fleischerzeugnisse, die sowohl lokal konsumiert als auch ins Ausland exportiert werden. Neuseeland zählt zu den weltweit größten Exporteuren von Milchprodukten und Schafsfleisch.

Das Unternehmen Fonterra ist für etwa 30 % der weltweiten Milchexporte verantwortlich und mit einem Gesamtumsatz von knapp 23 Mrd. NZ\$ das größte Unternehmen des Landes.⁷³ Es befindet sich im Besitz von 9.000 neuseeländischen Landwirten und beschäftigt fast 20.000 Mitarbeiter.⁷⁴

Ähnlich zu Australien verfügt auch Neuseeland über eine bedeutende Weinindustrie und exportiert inländisch produzierte Weine in die ganze Welt. Neuseeland ist dabei vor allem für seine Pinot – Noir - Weine bekannt.

Das Image von Lebensmitteln und landwirtschaftlichen Erzeugnissen aus Neuseeland bei Verbrauchern im Ausland ist ein überaus positives – die Produkte gelten als sehr hochwertig und frisch.⁷⁵

11.2. Lebensmittelimporte

Trotz seiner Stellung als Nettoexporteur für die meisten Lebensmittelgruppen pflegt Neuseeland wichtige Handelsbeziehungen mit verschiedenen Staaten. Die wichtigsten Herkunftsländer für Lebensmittelimporte sind der nachstehenden Tabelle 9 zu entnehmen:⁷⁶

⁷² Stats NZ, unter <https://www.stats.govt.nz/tools/which-industries-contributed-to-new-zealands-gdp#what>, zuletzt aufgerufen am 18.05.2023

⁷³ Fonterra, unter www.view.publitas.com/fonterra/2022-annual-review/page/27, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

⁷⁴ Ebenda.

⁷⁵ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

⁷⁶ World Bank – WITS, unter wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/NZL/Year/LTST/TradeFlow/Import/Partner/by-country/Product/16-24_FoodProd, zuletzt aufgerufen am 24.04.2023.

Tabelle 7: Herkunftsländer der Lebensmittelimporte

Rang	Herkunftsland	Importwert (in Mio. NZ\$)
1	Australien	1484
2	USA	639
3	Indonesien	447
4	China	262
5	Singapur	246
13	Deutschland	115

Quelle: World Bank – WITS

Die größten Lebensmittelkategorien in Bezug auf die neuseeländischen Importe sind: Bananen, Weintrauben, Zitrusfrüchte, verarbeitete und halbverarbeitete Obst- und Gemüseerzeugnisse, Zucker, Süßwaren, Reis und Weizenkorn.

11.3. Lebensmittelkategorien

11.3.1. Fleisch

Die Schafzucht, sowohl die Fleisch- als auch die Wollproduktion, nimmt in Neuseeland eine hohe Stellung ein. Überraschend ist daher, dass die Gesamtzahl der in Neuseeland gehaltenen Schafe seit fast 40 Jahren rückläufig ist. Seit dem Höchststand im Jahr 1982, als in Neuseeland knapp 70 Mio. Schafe in landwirtschaftlicher Nutzung gehalten wurden, ist die Gesamtanzahl der Schafe im Jahr 2020 auf 26 Mio. gesunken.⁷⁷ Auch der Pro-Kopf-Verbrauch von Lammfleisch ist seit 2013 leicht rückgängig – und zwar von fast 110 kg pro Kopf auf fast 90 kg pro Kopf. Das entspricht einem Rückgang von 18 bis 20 % seit dem Jahr 2013.⁷⁸ Trotz dieses Negativtrends bleibt Neuseeland der zweitgrößte Exporteur von Lammfleisch weltweit, und liegt dabei nur knapp unter dem Niveau Australiens. Auch bei dem Pro-Kopf-Verbrauch von Rind- und Kalbfleisch ist seit 2013 ein Rückgang erkennbar.⁷⁹ Dem entgegen steht ein leichter Anstieg des Pro-Kopf-Verbrauchs von Geflügelfleisch, der seit 2013 zu verzeichnen ist.⁸⁰

⁷⁷ Stats NZ, unter www.stats.govt.nz/news/drought-causes-fall-in-sheep-numbers/, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁷⁸ OECD, unter www.stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=HIGH_AGLINK_2022#, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁷⁹ Ebenda.

⁸⁰ Ebenda.

11.3.2. Fisch und Meeresfrüchte

Die Produktkategorie Fisch und Meeresfrüchte erfreut sich innerhalb der neuseeländischen Bevölkerung einer hohen Beliebtheit und ihr Konsum hält sich, im Vergleich zum Fleischkonsum, seit dem Jahr 2017 relativ stabil. Der jährliche durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch an Fisch liegt bei etwa 80 kg.⁸¹

11.3.3. Obst und Gemüse

Neuseeland ist weiterhin auch für seine Kiwi- und Apfelproduktion bekannt. Die meisten der angebauten Früchte werden in die ganze Welt exportiert. Anders sieht es bei dem lokal angebauten Gemüse aus. Dieses ist in erster Linie für den lokalen Verbrauch gedacht. Ausnahmen davon finden sich lediglich bei den Gemüsesorten Kartoffeln, Zwiebeln und Hahnenfußkürbis. Der Wert des neuseeländischen Obst- und Gemüseanbaus betrug im Jahr 2020/2021 in etwa 7 Mrd. NZ\$. Die dazugehörige Industrie beschäftigte etwa 40.000 Menschen. Der Exportwert des Obst- und Gemüseanbaues belief sich auf 4,6 Mrd. NZ\$.⁸²

11.3.4. Snacks und Süßwaren

Die Gewohnheiten und Präferenzen bei Süßwaren und Snacks sind in Neuseeland ähnlich derer in Australien. In Neuseeland findet sich eine breite Palette von schokoladen- und zuckerhaltigen Süßwaren, Kartoffelchips und Keksen. Das Land verfügt über eine Vielzahl verschiedener Anbieter und Marken, sowohl aus dem In- als auch aus dem Ausland.⁸³

11.3.5. Backwaren

Brot gehört für die Neuseeländer zu den wichtigsten Grundnahrungsmitteln. Ähnlich wie in Australien zählt auch in Neuseeland industriell produziertes, vorgeschnittenes Weiß- oder Vollkornbrot zu der gängigsten Brotsorte des Landes. Hier ist innerhalb der letzten Jahre ein Wandel hin zu handwerklich hergestellten Brotsorten deutlich geworden. Das deckt sich mit dem Trend zu einem stärkeren Bewusstsein für gesunde Ernährung.⁸⁴ Bereits 2019 lag der Marktwert importierter Backwaren bei weit über 250 Mio. NZ\$.⁸⁵ Das Volumen wird in den nächsten Jahren voraussichtlich weiter steigen.

11.3.6. Alkoholische und nicht alkoholische Getränke

Folgende alkoholfreie Getränke werden in Neuseeland in hohem Maße konsumiert:

- Eistee/Schokolade
- Energiegetränke
- Erfrischungsgetränke mit Kohlensäure Kaffee

⁸¹ OECD, unter www.stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=HIGH_AGLINK_2022, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁸² Horticulture New Zealand, unter www.hortnz.co.nz/about-us/annual-report/, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁸³ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

⁸⁴ Ebenda.

⁸⁵ Ebenda.

- Milch
- Saft
- Sportgetränke
- Tee
- Wasser (still und mit Kohlensäure)

Kombucha, ein fermentiertes und gesüßtes Schwarz- oder Grünteegetränk, hat mittlerweile eine hohe Beliebtheit unter der Neuseeländischen Bevölkerung. Es wird wegen seiner entgiftenden und energiespendenden Eigenschaften konsumiert.

Alkoholkonsum ist in Neuseeland Teil des sozialen Gefüges und es gilt als normal und höflich, seinen Gästen bei geselligen Zusammenkünften ein alkoholisches Getränk anzubieten, sei es Wein, Bier oder Spirituosen.⁸⁶ Im Jahr 2021/22 tranken vier von fünf Erwachsenen (79,1 %) Alkohol.⁸⁷ Der neuseeländische Pro-Kopf-Konsum an reinem Alkohol ist ähnlich hoch wie in Australien.

⁸⁶ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

⁸⁷ New Zealand Ministry of Health, unter www.minhealthnz.shinyapps.io/nz-health-survey-2021-22-annual-data-explorer/w/802834f4/#!/key-indicators, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

12. Lebensmitteldistribution in Neuseeland

In den nachfolgenden Kapiteln wird die allgemeine Struktur des australischen Vertriebsmarktes beschrieben sowie auf die einzelnen Eigenschaften des Retail-, Foodservice- und Convenience-Marktes eingegangen.

12.1. Lieferketten und Vertriebsstrukturen

Die folgende Abbildung 9 stellt die Vertriebsstrukturen auf dem neuseeländischen Lebensmittelmarkt dar und benennt relevante Retailer sowie Vertriebspartner und Betreiber im Foodservice-Segment.⁸⁸

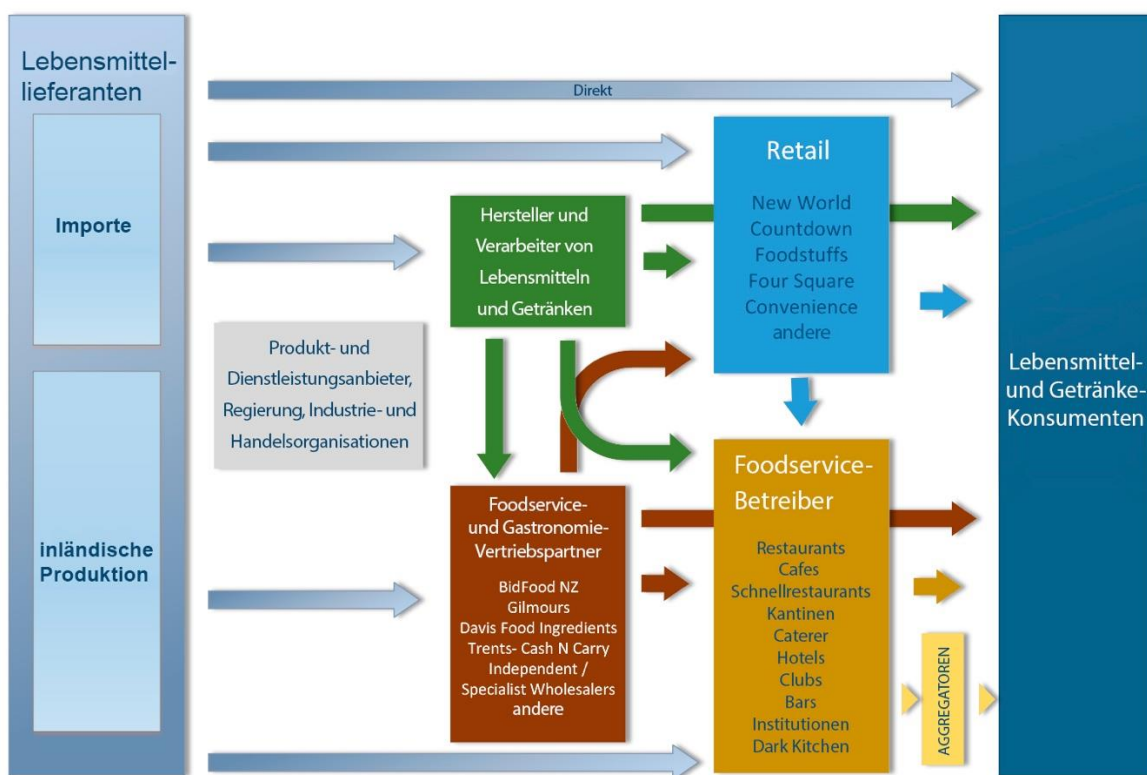


Abbildung 9: Vertriebsstrukturen Neuseelands

Quelle: Food Industry Foresight

12.2. Retail-Markt

Die sechs wichtigsten Supermarktketten in Neuseeland sind:

- Foodstuffs
- Four Square Supermarket
- Fresh Choice
- New World
- PAK'n SAVE
- Supervalu

⁸⁸ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

Die Verteilung ihrer Verkaufsstellen auf beiden Inseln ist der nachstehenden Tabelle 10 zu entnehmen:⁸⁹

Tabelle 8: Verteilung neuseeländischer Supermärkte

Supermarkt	Anzahl Verkaufsstellen North Island	Anzahl Verkaufsstellen South Island
New World	102	43
Foodstuffs	330	226
Four Square Supermarket	166	61
Fresh Choice	13	19
PAK'n SAVE	45	12
Supervalu	26	13
Gesamtanzahl je Insel	682	374
Gesamtanzahl Neuseeland	1.240	

Quelle: Food Industry Foresight 2021 New Zealand Foodservice

12.3. Foodservice-Markt

Der neuseeländische Foodservice-Markt hat sich seit dem Jahr 2010 deutlich entwickelt. Diese Entwicklung wurde durch die zunehmende multiethnische Einwanderung vorangetrieben, aber auch durch die veränderte Einstellung der Neuseeländer zum Essengehen. Auswärts essen zu gehen, ist in allen sozioökonomischen Gruppen – sowohl in den Großstädten als auch in den Regionen – zunehmend zu einer Lebenseinstellung geworden. Küchenchefs und Speisekarten werden in erster Linie von der Fülle und Qualität der lokalen und saisonalen Produkte beeinflusst.⁹⁰

⁸⁹ Food Industry Foresight 2021, unter <https://www.fiforesight.com/what-we-offer/syndicated-research/new-zealand/new-zealand-foodservice-distribution-structure-channels.aspx>.

⁹⁰ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

In den letzten zwei Jahrzehnten hat sich in Neuseeland außerdem eine leidenschaftliche Kaffeekultur entwickelt, die auch den Foodservice-Markt in Bezug auf Verkaufsstellen, Angebote, Mittags- und Snack-Menüs in allen kommerziellen Foodservice-Betrieben positiv beeinflusst.

Die nachstehende Abbildung 10 zeigt die gesamte Verteilung des kommerziellen Foodservices in Neuseeland. Fast drei Viertel aller gewerblichen Foodservice-Verkaufsstellen befinden sich auf der Nordinsel. Nicht unerwartet hat die Region Auckland mit 30 % den größten Anteil an kommerziellen Verkaufsstellen, da dies das bevölkerungsreichste Gebiet ist.

In den anderen Regionen ist der Anteil sowohl auf der Nord- als auch auf der Südinsel gleich.⁹¹

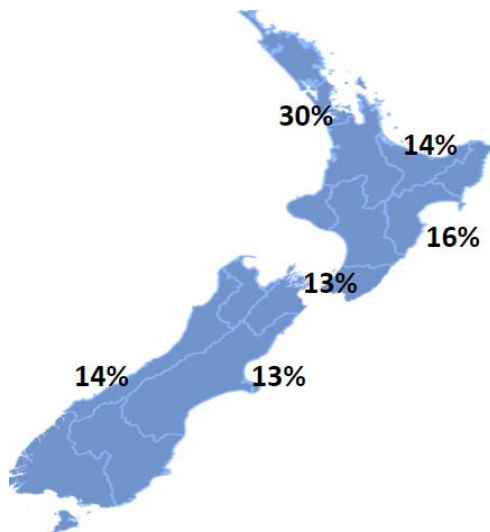


Abbildung 10: Verteilung des kommerziellen Foodservices in Neuseeland

Quelle: Food Industry Foresight

In der Abbildung 11 wird die gesamte Verteilung des institutionellen Foodservices aufgezeigt. Auch hier hat Auckland mit 30 % der Verkaufsstellen für den institutionellen Sektor den größten regionalen Anteil. Fast 80 % aller institutionellen Verkaufsstellen befinden sich auf der Nordinsel, das sind sieben Prozentpunkte mehr als im gewerblichen Sektor. In beiden Sektoren spiegeln die Insel- und Regionalanteile an der Gesamtzahl der Verkaufsstellen die Bevölkerungszahl wider.⁹²

⁹¹ Food Industry Foresight, unter www.fiforesight.com/what-we-offer/syndicated-research/new-zealand/new-zealand-foodservice-market-structure.aspx, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁹² Food Industry Foresight, unter www.fiforesight.com/what-we-offer/syndicated-research/new-zealand/new-zealand-foodservice-market-structure.aspx, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023

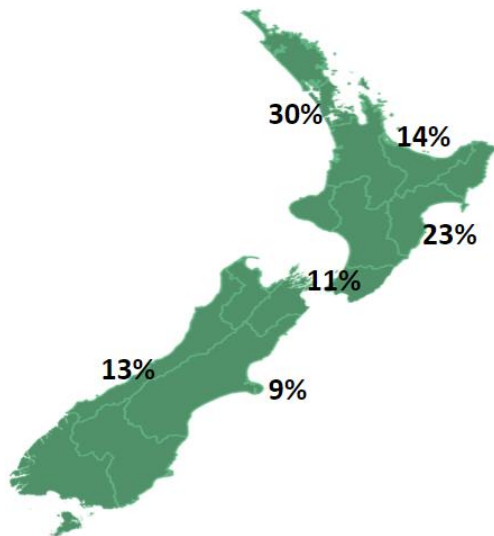


Abbildung 11: Verteilung des institutionellen Foodservices in Neuseeland

Quelle: Food Industry Foresight

12.4. Convenience-Markt

Im Jahr 2023 gibt es in Neuseeland 3.548 Supermärkte, Lebensmittelgeschäfte und Convenience Stores. Das entspricht einem Anstieg von 0,1 % gegenüber dem Vorjahr 2022.⁹³ Der Convenience-Markt besteht aus Supermarktketten, unabhängigen Supermärkten (in der Regel A Dairy genannt) und Tankstellen teils mit oder ohne Supermarkt.

Zu den gängigsten Convenience-Ketten in Neuseeland gehören:

- Buy The Way Convenience
- Mid Town Mini Mart
- Munchy Mart
- One Stop Convenience
- Seven-Eleven
- Star Convenience

In ganz Neuseeland gibt es viele unabhängige Lebensmittelläden, die den lokalen Markt bedienen. Diese Läden funktionieren ähnlich wie ein Tante – Emma - Laden oder ein Delikatessengeschäft.⁹⁴

Die am häufigsten in Convenience-Läden verkauften Produktkategorien sind:

- Frucht- und Gemüsesäfte
- Gesunde, salzige und herzhafte Snacks
- Heißer Kaffee/Tee

⁹³ IBISWorld, unter www.ibisworld.com/nz/number-of-businesses/supermarkets-grocery-stores-convenience/716/#:~:text=There%20are%203%2C548%20Supermarkets%2C%20Grocery,increase%20of%200.1%25%20from%202022, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁹⁴ Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse.

- Käse
- Kekse
- kohlenstoffhaltige Erfrischungsgetränke
- Milch
- milchhaltige Desserts, Joghurt
- Pasteten, belegte Brötchen, Pizza
- Heißer Kaffee/Tee
- Schokolade, Süßigkeiten, Eis
- Sport- und Energy-Getränke

13. Rechtlicher Rahmen in Neuseeland

Die folgenden Abschnitte zu den Einfuhrbedingungen von Lebensmitteln nach Neuseeland sollen einen Überblick über die wichtigsten Informationen für Importeure geben. Wenn es um die Planung der Einfuhr von Lebensmitteln geht, sollten im Vorfeld Experten hinzugezogen werden, um Probleme und zusätzliche Kosten zu vermeiden.

13.1. Einfuhr und Zollbestimmungen

Die Einfuhr von Lebensmitteln ist in Neuseeland stark reglementiert. Lebensmittel können nur von einem registrierten Lebensmittelimporteur eingeführt werden. Die [Liste der registrierten Lebensmittelimporteure](#) ist beim Ministerium für Primärindustrie erhältlich.⁹⁵ Auch Unternehmen können sich selbst als Lebensmittelimporteure registrieren lassen. Informationen zum Registrierungsverfahren sind ebenfalls auf dieser Website einsehbar.⁹⁶

Wie nicht anders zu erwarten, müssen alle Lebensmittelimporteure sicherstellen, dass die Lebensmittel sicher und geeignet sind sowie strenge Richtlinien für die Sicherheit während der Lagerung und des Transports, die Führung von Aufzeichnungen und Verfahren für Produktrückrufe befolgen. Alle importierten Lebensmittelsendungen werden an der Grenze automatisch kontrolliert.

13.2. Lebensmittel- und Biosicherheit

Der Rückrufprozess für Lebensmittelprodukte ist für die Länder Australien und Neuseeland jeweils identisch. Er wird durch das „Australian Food and Grocery Council“ (AFGC) koordiniert.⁹⁷ Eine Guideline für den Rückruf von Lebensmitteln ist auf der Website des Ministeriums für Primärindustrie zu finden.⁹⁸

13.3. Verpackungs- und Kennzeichnungsvorschriften

Importierte Lebensmittel müssen sicher sein und dem Australia New Zealand Food Standards Code entsprechen, der [hier](#) online zugänglich ist.⁹⁹ In diesem Kodex sind die Anforderungen an die Kennzeichnung, die Angabe von Nährwerten, Zutaten, Lebensmittelzusatzstoffen und vieles mehr festgelegt.¹⁰⁰

Die Lebensmittelbehörden in Australien und Neuseeland arbeiten zusammen, um sicherzustellen, dass die Lebensmittelvorschriften einheitlich um - und durchgesetzt werden.

⁹⁵ Ministry of Primary Industries, unter www.mpi.my.salesforce-sites.com/publicregister/FoodImporterSearch, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁹⁶ Ministry of Primary Industries, unter www.mpi.govt.nz/import/food/registering-as-a-food-importer/, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁹⁷ Australian Food Recall Process, unter www.afgc.org.au/industry-resources/product-recall, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁹⁸ Ministry of Primary Industries, unter www.mpi.govt.nz/food-business/food-recalls/food-recall-guidance-for-businesses/, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

⁹⁹ Food Standards Australia & New Zealand, unter www.foodstandards.govt.nz/code/userguide/Pages/default.aspx, zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

¹⁰⁰ Ebenda.

In Neuseeland ist das New Zealand Ministry for Primary Industries für die Einhaltung der Lebensmittelvorschriften zuständig. Dazu zählen:

- Beschwerden über Kennzeichnung, Werbung, nicht deklarierte Lebensmittelallergene und die Zusammensetzung von Lebensmitteln
- Bio-Lebensmittel
- Einfuhr und Ausfuhr von Lebensmitteln
- Gesetzgebung
- Großhändler
- Hersteller und Verarbeiter
- Höchstwerte für Rückstände
- Informationen über die korrekte Etikettierung
- Lebensmittelnotfälle
- Lebensmitteltransportfahrzeuge
- Primärproduktion
- Programme zur Lebensmittelsicherheit, Audits und Inspektionen
- Programme zur Lebensmittelsicherheit bei der Verarbeitung von Fleisch, Meeresfrüchten und anderen tierischen Erzeugnissen (durchgeführt von der Verifizierungsstelle im Ministerium für Primärindustrie)
- Registrierung von Lebensmittelunternehmen
- Rückrufe von Lebensmitteln
- Veröffentlichungen¹⁰¹

Es gibt auch Leitlinien für Unternehmen, die eine Sorgfaltspflicht für alle gesundheits- und nährwertbezogenen oder sonstigen Angaben über ihre Lebensmittel haben.

13.4. Mehrwertsteuer

Die neuseeländische Mehrwertsteuer ist als GST bekannt und wird auf den Preis der meisten Waren und Dienstleistungen – einschließlich Einfuhren – aufgeschlagen. Sie beträgt 15 %.¹⁰² Es entsteht eine Zahlungsverpflichtung der GST, sobald der Jahresumsatz in einem beliebigen 12 – Monats - Zeitraum den Wert von 60.000 NZ\$ übersteigt. Je nach Umsatz kann gewählt werden, ob die Steuererklärung alle sechs Monate, alle zwei Monate oder monatlich abgegeben werden soll. Derzeit gibt es einen Gesetzesentwurf zur Abschaffung der GST auf frische Lebensmittel.

¹⁰¹ Food Standards Australia & New Zealand, unter www.foodstandards.govt.nz/about/foodenforcementcontacts/pages/newzealand.aspx , zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

¹⁰² New Zealand Government, unter www.ird.govt.nz/gst , zuletzt aufgerufen am 24.03.2023.

14. SWOT-Analyse Neuseeland

Tabelle 9: Stärken und Schwächen des neuseeländischen Lebensmittelmarktes

Stärken	Schwächen
Das wirtschaftliche Umfeld Neuseelands ist offen und freundlich und gilt allgemein als attraktiver Standort für Unternehmen.	Strenge Biosicherheits- und Quarantänevorschriften für die Einfuhr von Lebensmitteln nach Neuseeland, da es sich um einen kleinen Inselstaat handelt.
Ein vertrauter westlicher Rechts- und Unternehmensrahmen sowie eine unkomplizierte Geschäftskultur.	
Logistik und Vertrieb in den verschiedenen Regionen Neuseelands auf der Nord- und Südinsel sind aufgrund der kurzen Landwege einfach.	

Tabelle 10: Chancen und Risiken des neuseeländischen Lebensmittelmarktes

Chancen	Risiken
Die Neuseeländer sind zunehmend offen für neue Lebensmittel, Geschmacksrichtungen und Zutaten.	Neuseeland ist ein bedeutender Produzent einer Vielzahl von landwirtschaftlichen Produkten und ein Nettoexporteur in den meisten Kategorien von Lebensmitteln und landwirtschaftlichen Produkten.
Neuseeland ist vor allem eine Feinschmeckernation.	Die Neuseeländer kaufen mit Vorliebe lokale und saisonale Produkte.
	Viele Lebensmittelkategorien haben etablierte Marken und Marktführer.

15. Marktchancen in Neuseeland

Die Identifizierung von Marktchancen ist von Lebensmittelkategorie zu Lebensmittelkategorie unterschiedlich, sodass der Schlüssel darin liegt, Strategien zu identifizieren, bei denen neue Produkte auf dem neuseeländischen Lebensmittelmarkt einen Vorteil oder eine Nachfrage haben könnten, wie z. B.:

Preisvorteile: Es gibt viele Lebensmittelkategorien, die über die derzeitigen Kanäle verkauft werden und als „überteuert“ eingeordnet werden können. Durch eine Analyse der Preisunterschiede wäre es möglich, die Produktbereiche zu priorisieren, in denen Preisvorteile bestehen.

Stabile Bezugsquellen: Eine unregelmäßige lokale Versorgung oder Engpässe aufgrund von Klimaereignissen können Versorgungslücken darstellen, die durch neue Importe geschlossen werden können.

Innovation: Neue oder andersartige Lebensmittel, wie beispielsweise alternative Proteine könnten einen Vorteil für neue Importe darstellen.

Bestehende Lebensmittelimportkategorien: Ein weiterer Ansatz besteht darin, Lebensmittelkategorien ins Visier zu nehmen, die bereits ein hohes Maß an Importen aufweisen. Diese Bereiche haben bereits ein hohes Maß an Akzeptanz als importierte Lebensmittelkategorien.

Unabhängig von den potenziellen Vorteilen oder Möglichkeiten für einen bestimmten Lebensmittelimport wäre es ratsam, vor dem Start einige detaillierte Untersuchungen durchzuführen, um Größe und Art des Potenzials zu verstehen.

16. Überblick über wichtige Kontakte und Messen in Neuseeland

Die folgenden Kapitel liefern Kontakte und Informationen zu relevanten Messen, Industrie- und Branchenverbänden Anlaufstellen für deutsche Unternehmen in Neuseeland.

16.1. Fachmessen

Fine Food New Zealand	
Adresse / Website	XPO Exhibitions Lvl 3, 152 Beaumont Street, Auckland 1010 www.finefoodnz.co.nz
Kontakt	Tel.: +64 (0)9 9768 300 E-Mail: deb@xpo.co.nz
Profil	Größte Foodservice-Messe in Neuseeland Nächste Veranstaltung: 25. – 27. Juni 2023 in Auckland

The Food Show	
Adresse / Website	XPO Exhibitions Lvl 3, 152 Beaumont Street, Auckland 1010 www.foodshow.co.nz
Kontakt	Tel.: +64 (0)9 9768 300 E-Mail: deb@xpo.co.nz
Profil	Neuseelands nationale Veranstaltung für Lebensmittel und Wein, die sich an Verbraucher richtet.

The Great NZ Food Show	
Adresse/ Website	Claudlands Event Centre Corner of Brooklyn Road and Heaphy Terrace Hamilton 3214 Waikato, New Zealand www.greatnzfoodshow.co.nz
Kontakt	Tel.: +64 (0)2 1805 667 E-Mail: info@coreevents.co.nz
Profil	Jährlich stattfindende Lebensmittelmesse in Hamilton, die sich an Verbraucher richtet.

16.2. Industrie- und Branchenverbände

New Zealand Association of Convenience Stores	
Adresse / Website	PO Box 86, Cambridge 3450 www.nzacs.com
Kontakt	E-Mail: admin@nzacs.com
Profil	Der neuseeländische Verband der Convenience Stores (NZACS) ist ein gemeinnütziger Handelsverband, der die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen im Bereich des Convenience-Einzelhandels vertritt.

New Zealand Food and Grocery Council	
Adresse / Website	PO Box 25-420 Wellington 6146 New Zealand www.fgc.org.nz
Kontakt	Tel.: +64 (0)4 4707 725
Profil	Der New Zealand Food and Grocery Council (FGC) ist ein Industrieverband, der die Hersteller und Lieferanten hinter den neuseeländischen Lebensmittel-, Getränke- und Lebensmittelmarken vertritt.

Restaurant Association of New Zealand	
Adresse / Website	45 Normanby Road, Mt Eden, Auckland 1024, www.restaurantnz.co.nz
Kontakt	Tel.: +64 (0)9 6388 403 E-Mail: info@restaurantnz.co.nz
Profil	Der Verein stellt das Bindeglied zwischen gutem Essen und guten Geschäften dar und unterstützt seit 1972 Restaurants dabei, ihr Geschäft zu verbessern. Heute gibt es Mitglieder in allen Teilen des Landes.

16.3. Anlauf- und Kontaktstellen für deutsche Unternehmen

Deutsch-Neuseeländische Handelskammer (AHK Neuseeland)	
Adresse / Website	Level 14 188 Quay Street Auckland 1010 www.neuseeland.ahk.de
Kontakt	Tel.: +64 (0)9 3040 120 E-Mail: admin@germantrade.co.nz

Deutsche Botschaft Neuseeland	
Adresse / Website	90 – 92 Hobson Street, Thorndon, 6011 Wellington www.wellington.diplo.de
Kontakt	Tel.: +64 (0)4 4736 063

Quellenverzeichnis

Australian Bureau of Statistics (ABS), Inflation data, unter

<https://www.abs.gov.au/statistics/economy/price-indexes-and-inflation/consumer-price-index-australia/latest-release>

Australian Bureau of Statistics (ABS), GDP data, unter

<https://www.abs.gov.au/statistics/economy/national-accounts/australian-national-accounts-national-income-expenditure-and-product/latest-release>

Australian Taxation Office, unter

<https://www.ato.gov.au/business/gst/in-detail/your-industry/food/gst-and-food/>

Australian Taxation Office, unter

<https://www.ato.gov.au/business/gst/in-detail/your-industry/food/gst-and-food/>

Australia & New Zealand Bank Economic Outlook, unter

<https://www.anz.co.nz/about-us/economic-markets-research/economic-outlook/>

Australian & New Zealand Food Standards Code, unter

<https://www.foodstandards.gov.au/code/Pages/default.aspx>

Bureau of Meteorology (BOM), unter

<http://www.bom.gov.au/climate/how/newproducts/images/zones.shtml>

Coface, unter

<https://www.coface.com.au/Economic-Studies-and-Country-Risks/New-Zealand>

Department of Agriculture, unter

<https://www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/import/goods/food> .

Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, unter

<https://www.agriculture.gov.au/biosecurity-trade/market-access-trade/fta/ftas-inforce>

Department of Agriculture, Fisheries and Forestry, unter

<https://www.agriculture.gov.au/abares/products/insights/snapshot-of-australian-agriculture#around-72-of-agricultural-production-is-exported>

Finder, unter

<https://www.finder.com.au/supermarket-statistics-2023>

Food Industry Foresight, Desk Research und Marktanalyse

Food Industry Foresight 2023: Global Food Security, unter

<https://www.fiforesight.com/what-we-offer/free-downloads/market-insights/global-food-security.aspx>

Food Industry Foresight: "The Australian Food Industry Facts & Figures",

<https://www.fiforesight.com/what-we-offer/free-downloads/market-insights/the-australian-food-industry-facts-figures-sep-2022.aspx>

Food Industry Foresight: Market Structure Report 2022.

Food Industry Foresight NZ Market Size Report 2021, unter

<https://www.fiforesight.com/what-we-offer/syndicated-research/new-zealand/new-zealand-foodservice.aspx>

Food Industry Foresight: THE MOMENTOUS ISSUE OF GLOBAL FOOD SECURITY DECEMBER 2021, unter

<https://www.fiforesight.com/what-we-offer/free-downloads/market-insights/global-food-security.aspx>

GlobalData, unter

<https://www.globaldata.com/media/business-fundamentals/australia-economy-growth-to-decelerate-to-1-9-in-2023-forecasts-globaldata/#:~:text=Consequently%2C%20the%20country's%20economic%20growth,leading%20data%20and%20analytics%20company>

Horticulture New Zealand, unter <https://www.hortnz.co.nz/>

Hort Innovation, unter

<https://www.horticulture.com.au/growers/help-your-business-grow/research-reports-publications-fact-sheets-and-more/australian-horticulture-statistics-handbook/>

Local Government New Zealand, unter

<https://www.lgnz.co.nz/local-government-in-nz/new-zealands-councils/>

Medibank, unter

<https://www.medibank.com.au/livebetter/be-magazine/food/7-delicious-native-australian-foods-to-get-to-know/>

Nations Online map sources, unter

<https://www.nationsonline.org/oneworld/map/australia-map.htm>

New Zealand Ministry of Health, unter

https://minhealthnz.shinyapps.io/nz-health-survey-2021-22-annual-data-explorer/_w_802834f4/#!/key-indicators

New Zealand Ministry for Primary Industries, unter <https://www.mpi.govt.nz/>

NIWA, unter

<https://niwa.co.nz/education-and-training/schools/resources/climate/overview>

OECD-FAO Agricultural Outlook, unter

https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=HIGH_AGLINK_2022#

Parliamentary Education Office, unter

<https://peo.gov.au/understand-our-parliament/how-parliament-works/three-levels-of-government/the-roles-and-responsibilities-of-the-three-levels-of-government/>

Parliament of Australia, unter

https://www.aph.gov.au/About_Parliament/Parliamentary_Departments/Parliamentary_Library/FlagPost/2022/April/Beer_tax

Reserve Bank of Australia, unter <https://www.rba.gov.au/cash-rate-target-overview.html>

Reserve Bank of New Zealand, unter <https://www.rbnz.govt.nz/>

Roy Morgan Research, unter

<https://www.roymorgan.com/findings/nearly-9-in-10-australian-adults-eat-packaged-snacks-in-an-average-week>

The Nations Online Project, unter <https://www.nationsonline.org/oneworld/australia.htm>

Statistisches Bundesamt, unter

https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/11/PD22_472_611.html#:~:text=Harmonisierter%20Verbraucherpreisindex%2C%20Oktober%202022&text=WIESBADEN%20%E2%80%93%20Die%20Inflationsrate%20in%20Deutschland,bei%20%2B10%2C4%20%25

StatsNZ - Official New Zealand Government Statistics organisation, unter

<https://www.stats.govt.nz/>

StatsNZ - Official New Zealand Government Statistics organisation, unter

<https://www.stats.govt.nz/tools/which-industries-contributed-to-new-zealands-gdp#what>

Statista/ OECD, unter

<https://www.statista.com/statistics/1240754/australia-meat-consumption-by-type/>

The Economist Global Food Security Index 2022, unter

<https://impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index/explore-countries/new-zealand>

World Bank – WITS, unter

https://wits.worldbank.org/CountryProfile/en/Country/NZL/Year/LTST/TradeFlow/Import/Partner/by-country/Product/16-24_FoodProd

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

Mai 2023

UMSCHLAGGESTALTUNG

BMEL

BILDNACHWEIS

sldesign1/stock.adobe.com

TEXT

Food Industry Foresight Pty Ltd
PO Box 791, North Sydney NSW 2059, Australien
www.fiforesight.com

SBS systems for business solutions GmbH
Klausenburger Straße 9, 81677 München, Deutschland
www.sbsbusiness.eu

Bearbeiter/ -in; Redaktion:

Renai Jenkins, Food Industry Foresight Pty Ltd
Kristina Huse, SBS systems for business solutions GmbH

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher
Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt SBS systems for
business solutions GmbH 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.

Nachdrucke und Fotokopien, auch ausschnittsweise, sind
unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf
erstens SBS systems for business solutions GmbH und
zweitens auf die Förderung durch das BMEL gestattet.

Das BMEL 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

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

 [Lebensministerium](https://www.instagram.com/Lebensministerium)

www.agrarexportfoerderung.de