Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Lebensmittel in Saudi-Arabien und Bahrain

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft / Dezember 2018

agrarexportfoerderung.de

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis 5
Abbildungsverzeichnis 5
Abkürzungsverzeichnis 6
1 Zusammenfassung 7
1.1 Saudi-Arabien 7
1.2 Bahrain 8
2 Einleitung 9
2.1 Saudi-Arabien 9
2.2 Bahrain 9
3 Gesamtwirtschaftlicher Überblick 11
3.1 Aktuelle Wirtschaftslage 11
3.1.1 Saudi-Arabien 11
3.1.2 Bahrain 12
3.2 SWOT-Analyse 14
3.2.1 Saudi-Arabien 14
3.2.2 Bahrain 15
3.3 Makroökonomischer Überblick 16
4 Analyse der deutschen Agrarexportstatistik 18
4.1 Saudi-Arabien 18
4.2. Bahrain 24
5 Darstellung des klassischen Lebensmittelhandels 30
6 Produktspezifische Informationen 32
6.1 Fleisch- und Wurstwaren 32
6.1.1 Verbrauchernachfrage 32
6.1.2 Lokale Marktbedingungen 33
6.1.3 Importbestimmungen 34
6.1.4 Vertriebswege 35
6.1.5 SWOT-Analyse 35
6.1.6 Chancen für deutsche Exporteure 36
6.2 Molkereiprodukte 36
6.2.1 Verbrauchernachfrage 37
6.2.2 Lokale Marktbedingungen 39
6.2.3 Importbestimmungen 39
6.2.4 Vertriebswege 40
6.2.5 SWOT-Analyse 40
6.2.6 Chancen für deutsche Exporteure 41
6.3 Süßwaren 41
6.3.1 Verbrauchernachfrage 41

6.3.2 Lokale Marktbedingungen 42
6.3.3 Importbestimmungen 43
6.3.4 Vertriebswege 43
6.3.5 SWOT-Analyse 43
6.3.6 Chancen für deutsche Exporteure 44
6.4 Backwaren, Teigwaren, Cerealien 44
6.4.1 Verbrauchernachfrage 44
6.4.2 Lokale Marktbedingungen 44
6.4.3 Importbestimmungen 46
6.4.4 Vertriebswege 47
6.4.5 SWOT-Analyse 48
6.4.6 Chancen für deutsche Exporteure 48
6.5 Getränke 49
6.5.1 Verbrauchernachfrage 49
6.5.2 Lokale Marktbedingungen 50
6.5.3 Importbestimmungen 51
6.5.4 Vertriebswege 51
6.5.5 SWOT-Analyse 51
6.5.6 Chancen für deutsche Exporteure 52
6.6 Obst und Gemüse 52
6.6.1 Verbrauchernachfrage 52
6.6.2 Lokale Marktbedingungen 53
6.6.3 Importbestimmungen 54
6.6.4 Vertriebswege 54
6.6.5. SWOT-Analyse 54
6.6.6 Chancen für deutsche Exporteure 55
7. Regelungen zum Import 56
7.1 Importbedingungen und -voraussetzungen / Importabwicklung 56
7.2 Verfahrensablauf 58
7.3 Zollverfahren und Zollsätze 60
7.4 Zahlungs- und Währungsabsicherung 61
7.5 Lebensmittelkennzeichnung und Verbrauchssteuerbanderolen 63
7.6 Verpackungen 63
8 Ermittlung der relevanten Ansprechpartner 65
8.1 Geschäftspraxis 65
8.2 Importeure, Distributoren, Handelspartner 66
8.2.1 Supermärkte 66
8.2.1.1 Saudi-Arabien 66
8.2.2.2 Bahrain 69

8.2.2 Distributoren und Großhändler 71
8.2.2.1 Saudi-Arabien 71
8.2.2.2 Bahrain 79
8.3. Weitere relevante Kontakte 80
8.4 Messen 81

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: SWOT-Analyse der GTAI zu Saudi-Arabien 14
Tabelle 2: SWOT-Analyse zu Bahrain 15
Tabelle 3: Vergleich von Wirtschaftskennzahlen zwischen Deutschland und Saudi-Arabien 16
Tabelle 4: Vergleich von Wirtschaftskennzahlen zwischen Deutschland und Bahrain 17
Tabelle 5: Deutsche Exporte nach Saudi-Arabien, Menge 18
Tabelle 6: Deutsche Exporte nach Saudi-Arabien, Wert 20
Tabelle 7: Deutsche Exporte nach Bahrain, Menge 24
Tabelle 8: Deutsche Exporte nach Bahrain, Wert 26
Tabelle 9: Übersicht der TOP 5 Retailer in Saudi-Arabien 30
Tabelle 10: Übersicht der TOP 5 Retailer in Bahrain 31
Tabelle 11: Saudi-Arabien Broiler Fleischimporte, Quantität 33
Tabelle 12: Umsatz Molkereiprodukte in Saudi-Arabien 38
Tabelle 13: SWOT-Analyse Molkereiprodukte 40
Tabelle 14: SWOT-Analyse Süßwaren 43
Tabelle 15: Vertriebsvolumen von Backwaren, Teigwaren und Cerealien 45
Tabelle 16: Marktanteil der Top 5 Bäckereiunternehmen in Saudi-Arabien 45
Tabelle 17: SWOT-Analyse Backwaren, Teigwaren, Cerealien 48
Tabelle 18: SWOT-Analyse Getränke 51
Tabelle 19: Obst & Gemüse Markt 2017 – 2023 in Saudi-Arabien 53

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts pro Kopf in Saudi-Arabien 12
Abbildung 2: Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts pro Kopf in Bahrain 13
Abbildung 3: Deutsche Ausfuhren nach Saudi-Arabien nach Wert 23
Abbildung 4: Deutsche Ausfuhren nach Saudi-Arabien nach Warengruppen 23
Abbildung 5: Deutsche Ausfuhren nach Bahrain nach Wert 28
Abbildung 6: Deutsche Ausfuhren nach Bahrain nach Warengruppen 29

Abkürzungsverzeichnis

AHK	Außenhandelskammer
a.n.g.	anderweitig nicht genannt (Zollabkürzung)
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
CAGR	Compound Annual Growth Rate
CDSI	Central Department for Statistics & Information
CPI	Corruption Perceptions Index
EFTA	European Free Trade Association
GCC	Gulf Cooperation Council
GEFA	German Export Association for Food and Agriproducts e.V.
GSFMO	Grain Silos and Flour Organization
GSO	GCC Standardization Organization
GTAI	German Trade and Invest GmbH
IHK	Industrie und Handelskammer
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
NADEC	National Agricultural Development Company
k.a.	keine Angabe
kg	Kilogramm
km^2	Quadratkilometer
%	Prozent
SAR	Saudi-Arabischer Riyal
SAMA	Saudi Arabian Monetary Authority
SASO	Saudi Standards, Metrology and Quality Organization
SFDA	Saudi Food and Drug Authority
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
USD	US Dollar
u.a.	unter anderem
VAE	Vereinigte Arabische Emirate
WTO	World Trade Organization

1 Zusammenfassung

Saudi-Arabien und Bahrain gehören zum Golfkooperationsrat (Gulf Cooperation Council - GCC). Dieser wurde 1981 gegründet und umfasst die Staaten: Saudi-Arabien, Kuwait, Oman, Katar, Bahrain und die Vereinigten Arabischen Emirate.

Beide Länder sind Mitglied der Welthandelsorganisation (WTO) und verbesserten durch ihren Beitritt die Rahmenbedingungen für Investoren und Exporteure, wodurch Kontinuität und Sicherheiten im Außenhandel gewährleistet werden.

Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen der Bundesrepublik und den Königreichen sind, wie die politischen, traditionell gut.

In beiden Ländern besteht das islamische Reinheits- und Speisegebot während des gesamten Produktionsprozesses. So sollen Lebensmittel weder Alkohol noch Schweinefleisch oder Erzeugnisse daraus enthalten, bzw. müssen Unternehmen vor der Einfuhr von Lebensmitteln Genehmigungen einholen und Registrierungen vornehmen. Beispielweise soll das Halal-Zertifikat für Fleisch-Importe vorliegen, ebenso für Süßwaren-Importe und andere Lebensmittel mit Inhaltsstoffen tierischen Ursprungs.

1.1 Saudi-Arabien

Das Königreich Saudi-Arabien ist eine absolute Monarchie und das größte Land auf der Arabischen Halbinsel, günstig gelegen zwischen den zwei globalen Wasserstraßen Rotes Meer und Persischer Golf. Mit einer Landesfläche von rund 2,15 Mio. km^2 liegt Saudi-Arabien auf Rang 13 der größten Länder der Welt. Die größten Städte in Saudi-Arabien sind Riad, Jiddah und Mekka.

Das Grundnahrungsmittel in Saudi-Arabien ist Reis. Aber auch weitere Hülsenfrüchte, Weizen sowie Lamm- und Hammelfleisch, Trockenfrüchte und zahlreiche Gewürze sind wichtige Zutaten der saudi-arabischen Küche.

Das Königreich ist eines der größten Wirtschaftsmächte im Mittleren Osten und einer der wichtigsten Märkte der Golfregion. Zudem machen eine große Bevölkerung von geschätzt rund 33,05 Mio. Einwohnern (im Jahr 2018) und das steigende Einkommen das Königreich attraktiv.[1]

[1] Quelle: Statista 2018, https://de.statista.com/themen/1361/saudi-arabien/.

Der Import von Nahrungsmitteln ist für Saudi-Arabien von großer Bedeutung, da das Land zu 95 % aus Wüste besteht und daher kaum über eigene Anbauflächen verfügt, um den wachsenden Bedarf an Lebensmitteln zu decken. [2]

Saudi-Arabien ist nach den Vereinigten Arabischen Emiraten Deutschlands zweitwichtigster arabischer Handelspartner, Deutschland seinerseits Saudi-Arabiens drittgrößter Lieferant.[3] Saudi-Arabien führt deutsche Produkte und Dienstleistungen in erheblichem Umfang ein. Deutsche Produkte genießen einen guten Ruf bezüglich Qualität und Zuverlässigkeit und das Prädikat „Made in Germany“ wird im Königreich hochgeschätzt. Gefragt sind nicht nur große, sondern auch kleine und mittelständische Unternehmen.

1.2 Bahrain

Das Königreich Bahrain liegt östlich von Saudi-Arabien und ist ein Inselstaat mit einer Landesfläche von 760 km^2, die sich aus drei größeren und 29 kleineren Inseln zusammensetzt.

Das Klima ist trocken, daher besteht nur wenig Landwirtschaft und die meisten Lebensmittel müssen eingeführt werden. Im Bereich der Viehzucht gibt es Schafe, Ziegen und Rinder. An Obst werden Zitrusfrüchte und besonders Datteln angebaut. Der persische Golf liefert reichlich Fisch und Meeresfrüchte, so dass diese auch eine wichtige Rolle in der bahrainischen Küche spielen. Ebenso spielt Kaffee eine wichtige Rolle in Bahrain.

Mit einer Bevölkerung von rund 1,5 Mio. ist Bahrain der kleinste Markt der GCC-Länder. Touristen tragen wegen der kleinen Bevölkerung erheblich zum privaten Konsum bei, viele sind Wochenendbesucher. Hauptsächlich wird der Tourismus innerarabisch belebt, nicht zuletzt auch des Alkoholausschanks wegen.

Im Importbereich sind die wichtigsten Handelspartner Bahrains China, USA, Japan und Deutschland. Im Jahr 2016 betrugen die deutsche Exporte nach Bahrain 337,6 Mio. Euro und sind damit leicht rückläufig (2015: 415 Mio. Euro).[4]

Laut Branchencheck der GTAI von September 2018 haben die fünf größten Hersteller, Mondelez International, Awal Dairy, Ahmadi Industries (Getränke), Coca Cola Bottling Company sowie Delmon Poultry einen Marktanteil von 20 %. [5] Mondelez International eröffnete im April 2018 seine zweite Fabrik, die Gebäck produziert (Oreo, Barni). Der Hersteller produziert außerdem Cadbury Schokolade, Kraft Käse und Tang Getränkepulver.

[2] Quelle: Statista 2018, https://de.statista.com/themen/1361/saudi-arabien/.
[3] Quelle: Auswärtiges Amt, https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/bahrain-node.
[4] Quelle: Auswärtiges Amt, https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/bahrain-node.
[5] Quelle: GTAI, Branchencheck Bahrain 09/2018.

2 Einleitung

2.1 Saudi-Arabien

Die schwache Wirtschaftsentwicklung in Saudi-Arabien bremst auch die Importnachfrage. So sanken die Einfuhren laut Zentralbank im Jahr 2017 um rund 7 % auf 119 Mrd. USD. Deutschland meldet für 2017 einen Rückgang der Exporte ins Königreich um etwa 8 % (in USD). Im Jahr 2018 startete ebenfalls mit einem Minus von 13 % im 1. Quartal. Deutschland ist wertmäßig der drittwichtigste Lieferant.[6]

Mit dem Reformprogramm Vision 2030, das 2016 vorgestellt wurde, will Saudi-Arabien seine Wirtschaft umfassend reformieren und seine Abhängigkeit vom Öl reduzieren. Der Staat möchte sich als wichtigster Wirtschaftsakteur zurückziehen und den Privatsektor stärken. Oben auf der Prioritätenliste steht auch die Schaffung von Arbeitsplätzen für die riesige, junge einheimische Bevölkerung. Laut einem Bericht des Internationalen Währungsfonds von Mai 2018 macht dieses Programm gute Fortschritte.

2.2 Bahrain

Bahrain hat den höchsten Break-Even-Preis für Öl unter den Golfstaaten. Das Land ist daher in besonderem Maße von niedrigen Ölpreisen betroffen und ist seit dem Ölpreiseinbruch verstärkt auf Kreditaufnahmen und Zuwendungen anderer Golfländer angewiesen. Im Juni 2018 haben Saudi-Arabien, die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) und Kuwait finanzielle Unterstützung zugesagt.

Im Mai 2018 stellte Bahrain Infrastrukturprojekte vor, für die das Land private Investoren sucht. Weitere Projekte aus verschiedenen Sektoren, wie Fertigung, Logistik, Infrastruktur, Gesundheitswirtschaft, Bildung und Tourismus, sollen besonders schnell vorangebracht werden. Werden die geplanten Projekte umgesetzt, dürfte auch die Importnachfrage weiter ansteigen. Die Einfuhren stiegen im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr 2016 um 18 %. Die wichtigsten Lieferländer profitierten unterschiedlich stark, Deutschland lag mit 602 Mio. USD und einem Plus von 30 % auf Rang 7 hinter der VR China, den Vereinigten Arabischen Emiraten, USA, Saudi-Arabien, Japan und Indien.

Die Studie beginnt mit einem Überblick zum gesamtwirtschaftlichen Überblick in Saudi-Arabien und Bahrain (Kapitel 3). Dieses umfasst die Unterkapitel: Aktuelle Wirtschaftslage, die Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT-Analyse) in Tabellenform sowie eine Gegenüberstellung der wichtigsten Wirtschaftskennziffern des Ziellandes im

[6] Quelle: GTAI 2018, Wirtschaftsausblick – Saudi-Arabien (Juli 2018).

Vergleich zu Deutschland [Bruttoinlandsprodukt (BIP), Einwohner, Bevölkerungswachstum, Pro-Kopf-Einkommen (Kaufkraftparität), Wirtschaftswachstum nach Sektoren (real), Inflationsrate und Korruptionsindex].

In einem nächsten Schritt werden die Struktur, Schwerpunkte und Entwicklungen der saudi-arabischen sowie bahrainischen Land- und Nahrungsmittelwirtschaft vorgestellt, wobei sowohl die landwirtschaftliche Produktion als auch die verarbeitende Industrie in verschiedenen Warengruppen thematisiert werden (Kapitel 4).

Es folgt Kapitel 5, in welchem die Entwicklungen im Lebensmittelhandel in beiden Ländern skizziert und die wichtigsten Retailer kurz präsentiert werden.

Im Kapitel 6 werden die für den Export nach Saudi-Arabien und Bahrain relevanten Lebensmittel produktspezifisch thematisiert.. Im Zuge dessen werden die Marktbedingungen, Importbestimmungen, Vertriebswege und die Chancen für deutsche Exporteure in Augenschein genommen. Für jede Produktkategorie wird eine SWOT-Analyse aufgezeigt.

Es folgt die Aufführung der Importbestimmungen mit der Vorstellung der relevanten Zollverfahren, Zahlungsabsicherungen und Lebensmittelkennzeichnung (Kapitel 7).

Zum Abschluss (Kapitel 8) erfolgt eine Darstellung von wichtigen Adressen, Anlaufstellen und Events in der saudi-arabischen und bahrainischen Lebensmittelbranche. Dieses Kapitel enthält sowohl einen Überblick zur Geschäftspraxis und den wichtigsten Akteuren der Branche, einschließlich der entsprechenden Kontaktdaten zu den Marktakteuren. Dieses Verzeichnis umfasst darüber hinaus wichtige Messen und Veranstaltungen zur weiteren Recherche.

3 Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Aktuelle Wirtschaftslage

3.1.1 Saudi-Arabien

Saudi-Arabiens Wirtschaftswachstum könnte, nach dem Rückgang im Jahr 2017, in 2018 wieder leicht zulegen, da die Regierung ihren Sparkurs etwas gelockert hat. Für das 1. Quartal 2018 wird ein reales Plus von 1,2 % im Vorjahresvergleich gemeldet.[7]
In 2018 ist zudem der Ölpreis wieder etwas gestiegen und die höheren Einnahmen begünstigen Investitionen. Keine Besserung zeichnet sich jedoch beim Konsumklima ab.

Die Einführung der 5 %-igen Mehrwertsteuer zum 1. Januar 2018 trübt die Kauffreude der privaten Haushalte ebenso wie der im Januar 2016 begonnene Abbau von Subventionen bei Benzin, Strom und Wasser. Zudem wird seit Juni 2017 eine Sonderverbrauchsteuer auf gesundheitsschädliche Produkte erhoben. So fallen für Soft-Drinks 50 % Steuer an, für Tabak, Tabakwaren und Energiegetränke sogar 100 % Steuer. Importeure und Hersteller verbrauchsteuerpflichtiger Waren müssen sich bei der saudi-arabischen Steuerbehörde registrieren lassen.

Insgesamt berichtet der Einzelhandel von einem schwierigen Jahr 2017, das sich fortsetzt. Konsumsteigernd dürften sich die Pläne zum Aufbau einer Unterhaltungsindustrie auswirken. Bislang reisen viele Saudi-Araber regelmäßig zur Unterhaltung oder zum Einkaufen in Nachbarländer. In Zukunft soll dies in die eigene Wirtschaft fließen.

Saudi-Arabien ist ein Land mit hohem Einkommen und mit einem Bevölkerungswachstum von 2,3 % im Jahr 2016 und rangiert auf Platz 19 in der Liste der größten Volkswirtschaften.

Das Bruttoinlandsprodukt-Wachstum war mit minus 1,9 % geringer und das Bruttoinlands-produkt pro Kopf mit 20.150 USD größer als der regionale Durchschnitt im Jahr 2016. Die in der Abbildung 1 gezeigte Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes pro Kopf in Saudi-Arabien verzeichnet bis 2018 eine positive Wirtschaftsentwicklung (ab 2013 verdeutlicht). Die Entwicklung lässt ab dem Jahr 2019 mit Prognose bis 2023 eine sinkende, dann aber eine stabile bis leicht steigende Entwicklung erwarten.[8]

[7] Quelle: GTAI, Wirtschaftsausblick – Saudi-Arabien (Juli 2018).
[8] Quelle: Planet Retail 2018, Country Report Saudi-Arabien.

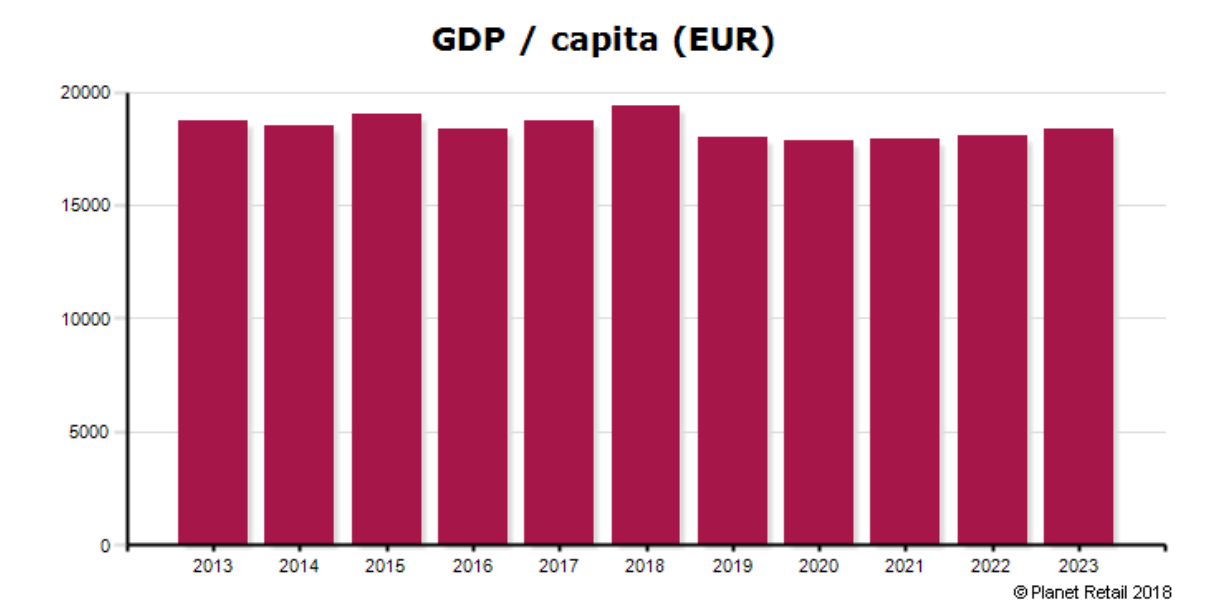

Abbildung 1: Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts pro Kopf in Saudi-Arabien

3.1.2 Bahrain

Bahrains Im- und Exporte sind stark abhängig vom Öl, und seit dem Einbruch des Ölpreises ist das Land verstärkt auf Kreditaufnahmen und Zuwendungen anderer Golfländer angewiesen.

Das schwache Wirtschaftswachstum und die unsichere weitere Entwicklung wirken sich hemmend auf das Konsumklima aus. Der Sparkurs der Regierung, der begonnene Subventionsabbau, unter anderem bei Treibstoffen, Wasser und Strom, sowie Steuererhöhungen auf Tabak und Alkohol, wirken sich zusätzlich verschlechternd auf die Kaufkraft der privaten Haushalte aus.

Die zum 1. Januar 2018 geplante Einführung einer 5 %-igen Mehrwertsteuer wurde aufgeschoben. Sollte die Mehrwertsteuer im Jahr 2019 eingeführt werden, könnte diese Kaufkraft und den Konsum der privaten Haushalte zusätzlich hemmen.

Wegen der kleinen Bevölkerung tragen Touristen nicht unerheblich zum privaten Konsum bei. So kamen in 2017 ca. 12 Mio. Besucher nach Bahrain, davon etwa zwei Drittel aus Saudi-Arabien.9 Viele sind Wochenendbesucher, die die Brückenverbindung von Saudi-Arabien nach Bahrain nutzen. Die Attraktivität als Wochenenddestination für saudi-arabische Besucher könnte in den nächsten Jahren sinken, wenn Saudi-Arabien die Pläne zum Aufbau eines eigenen Unterhaltungssektors umsetzt.

[9] Quelle: GTAI, Wirtschaftsausblick - Bahrain (September 2018).

3 Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Bahrain ist ein Land mit hohem Einkommen und einem Bevölkerungswachstum von 3,9 % im Jahr 2016. Das BIP-Wachstum war mit 2,5 % höher und das BIP pro Kopf mit 24.183 USD größer als der regionale Durchschnitt im Jahr 2016.[10]

Die Abbildung 2 zeigt die positive Wirtschaftsentwicklung des BIP pro Kopf in Bahrain von 2013 – 2018. Die Entwicklung lässt ab 2019 mit Prognose bis 2023 eine sinkende, dann aber eine stabile bis leicht steigende Entwicklung erwarten.[11]

Der Pro-Kopf-Konsum von Nahrungsmitteln ist mit 493 kg (im Jahr 2014) der niedrigste in den GCC, ist aber über alle Kategorien ausgewogen verteilt. Die eigene Produktion ist noch recht gering, daher dominieren Importe den Markt. Das Land will aber seine Selbstversorgungsquote bis zum Jahr 2020 auf 60 % erhöhen und zum Produktionszentrum für die Region werden. Laut GTAI will Bahrain die heimische Agrarwirtschaft mit einem Fonds von 265 Mio. USD fördern und setzt auf Aquakultur.[12]

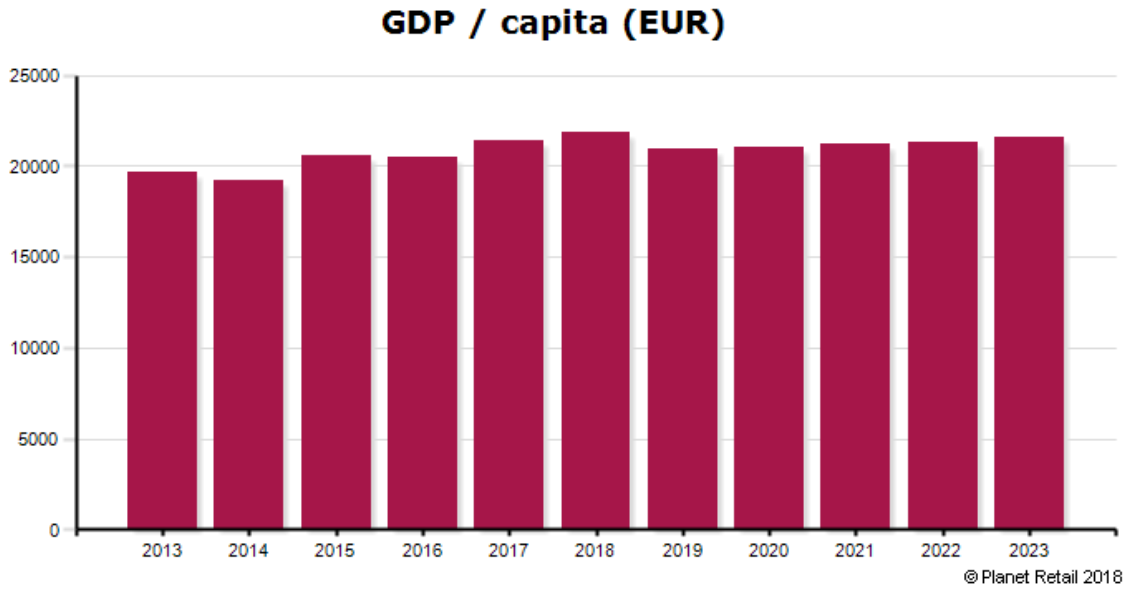

Abbildung 2: Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts pro Kopf in Bahrain

[10] Quelle: Planet Retail 2018, Country Report Bahrain.
[11] Ebenda.
[12] Quelle: GTAI, Wirtschaftsausblick - Bahrain (September 2018).

3.2 SWOT-Analyse

3.2.1 Saudi-Arabien

Die Länderexperten der GTAI sehen Saudi-Arabien aufgrund seiner Bevölkerung von mehr als 30 Mio. Einwohnern und seines großen Projektmarktes als einen der interessantesten und wichtigsten Märkte in der Region. Sein Ölreichtum und eine große Bevölkerung machen das Königreich attraktiv.
Da das Wirtschaftswachstum aber wegen des Sparkurses der Regierung und des schwachen Privatsektors zum Erliegen gekommen ist, wurden die Aussichten für das Jahr 2018 als gedämpft eingeschätzt. Um eine Rezession abzuwenden hat das Königreich seinen strikten Sparkurs jedoch etwas gelockert.

Tabelle 1: SWOT-Analyse der GTAI zu Saudi-Arabien[13]

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Weltweit zweitgrößter Ölproduzent und größter Ölexporteur - Investitionskapital vorhanden - Starke petrochemische Industrie - Weitere Bodenschätze wie Bauxit - Relativ große, konsumfreudige Bevölkerung	- Hohe Abhängigkeit vom Ölsektor - Nachfrageeinbruch durch gesunkene öffentliche und private Ausgaben - Steigende Kosten für Arbeitskräfte und strengere Nitaqat-Auflagen - Steigende Betriebskosten (Wasser, Strom) - Bürokratische Hürden (Lizenzen, Bearbeitungszeiten, etc.)
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Vision 2030 - Saudi Aramco Ipo könnte Projektwelle auslösen - Forcierung des Wohnungsbaus - Infrastrukturentwicklung, Investitionen in Bildung und Gesundheit - Hohe Importabhängigkeit	- Neues Beschaffungskonzept mit strikteren Local Content Anforderungen wird erarbeitet - Innen- und außenpolitische Spannungen - Instabiles regionales Umfeld - Staatliche Intervention in der Privatwirtschaft - Rechtssystem mit erheblichen Unwägbarkeiten

[13] Quelle: GTAI, 2018. SWOT-Analyse – Saudi-Arabien (Januar 2018) [online geöffnet am 31.08.2018]. Zu finden auf: https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Maerkte/Geschaeftspraxis/swot-analyse,t=swotanalyse--saudiarabien-januar-2018,did=1851624.html.

3.2.2 Bahrain

Bahrain hat in der GCC-Region die am stärksten diversifizierte Wirtschaftsstruktur. Aufgrund seiner geringen Ölvorkommen ist es aber das wirtschaftlich schwächste Land dieser Region. Die vielen Besucher, die den Unterhaltungssektor und auch die Möglichkeit nutzen, dass in Bahrain Alkohol ausgeschenkt werden darf, machen das kleine Land attraktiv.

Tabelle 2: SWOT-Analyse zu Bahrain

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Höhere Einnahmen durch geplante Einführung einer Mehrwertsteuer - Großer Unterhaltungssektor - 12,2 Mio. Besucher, viele Wochenendbesucher aus Saudi-Arabien - Multikulturelle Bevölkerung - Lebensmitteleinzelhandel stark gewachsen - Expansion seiner Aluminiumproduktion	- Höchsten Break-Even-Preis für Öl unter den Golfstaaten - Auf Kreditaufnahmen und Zuwendungen anderer Golfländer angewiesen - Erhebliches Haushaltsdefizit - schwaches Wirtschaftswachstum
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Hohe Importnachfrage und Importabhängigkeit - Finanzielle Unterstützung durch GCC-Partnerländer - Höhere Ölpreise lockern die Sparzwänge - Senkung der Ausgaben für Subventionen bei Treibstoffen, Wasser und Fleisch - Investitionen in Fertigung, Logistik, Infrastruktur, Gesundheitswirtschaft, Bildung und Tourismus - Anstieg des Nahrungsmittelkonsums	- mögliche Dämpfung der Kaufkraft und Konsum durch Einführung der Mehrwertsteuer - Hohe und steigende Verschuldung - Einnahmenausfälle im Ölgeschäft - Erhöhung der Selbstversorgungsquote im Nahrungsmittelsektor bis 2020

Quelle: Eigene Zusammenstellung durch GEFA

3.3 Makroökonomischer Überblick

Anhand der nachfolgenden Tabelle 3 werden wichtige Wirtschaftsdaten Saudi-Arabiens im Vergleich zu Deutschland dargestellt:

Tabelle 3: Vergleich von Wirtschaftskennzahlen zwischen Deutschland und Saudi-Arabien

Kriterium		Saudi-Arabien	Deutschland
Einwohner (2017, Quelle: Weltbank[14])		32,94 Mio.	82,7 Mio.
Bevölkerungswachstum (2017, Quelle: Weltbank[15])		+ 2,0 %	+ 0,4 %
BIP (2017, Quelle: Weltbank[16])		683,83 Mrd. USD	3,68 Bill. USD
Pro-Kopf-Einkommen (Kaufkraftparität), (2017, Quelle: Weltbank[17])		54.770 USD	51.680 USD
Wirtschaftswachstum nach Sektoren (real), 2017 (Quelle: Weltbank[18])	Landwirtschaft	+ 0,4 %	- 1,2 %
	Industrie	0 %	+ 2,6 %
	Dienstleistungen	+ 0,8 % [19]	+ 2,2 %
Inflationsrate (Vergleich zum Vorjahr, 2018, Quelle: Statista[20])		3,7 %	1,8 %
Korruptionswahrnehmungsindex (CPI), (2017, Quelle: Transparency International)[21]		49 (Rang 57 von 180)	81 (Rang 12 von 180)

[14] Weltbank, 2017 [online]. Zu finden auf: https://data.worldbank.org/country [online geöffnet 05.12.2018].
[15] Ebenda.
[16] Ebenda.
[17] Ebenda.
[18] Ebenda.
[19] Ebenda 2016
[20] Statista, 2018 [online]. Zu finden auf: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/157171/umfrage/inflationsrate-in-saudi-arabien/ [geöffnet am 06.09.2018].
[21] Transparency International, 2017 [online]. Zu finden auf: https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017 [geöffnet: 06.092018].
Hinweis: Der Punktwert eines Landes gibt das wahrgenommene Korruptionsniveau im öffentlichen Sektor auf einer Skala von 0 bis 100 an. 0 bedeutet, dass der Sektor in dem Land als sehr korrupt wahrgenommen wird. 100 bedeutet, dass er als sehr integer wahrgenommen wird. Der Rang eines Landes spiegelt die Position im Vergleich zu anderen Ländern wider. Der Rang kann sich auch dadurch ändern, dass sich die Anzahl der im Index erfassten Länder geändert hat.

Anhand der nachfolgenden Tabelle 4 werden wichtige Wirtschaftsdaten Bahrains im Vergleich zu Deutschland dargestellt:

Tabelle 4: Vergleich von Wirtschaftskennzahlen zwischen Deutschland und Bahrain

Kriterium		Bahrain	Deutschland
Einwohner (2018, Quelle: Weltbank[22])		1,4 Mio.	82,7 Mio.
Bevölkerungswachstum (2017, Quelle: Weltbank[23])		+ 4,6 %	+ 0,4 %
BIP (2018, Quelle: Weltbank[24])		35,31 Mrd. USD	3,68 Bill. USD
Pro-Kopf-Einkommen (Kaufkraftparität), (2017, Quelle: Weltbank[25])		42.930 USD	51.680 USD
Wirtschaftswachstum nach Sektoren (real), (2017, Quelle: Weltbank[26])	Landwirtschaft	- 0,9 %	- 1,2 %
	Industrie	+ 0,6 %	+ 2,6 %
	Dienstleistungen	+ 3,2 % [27]	+ 2,2 %
Inflationsrate (Vergleich zum Vorjahr, 2018, Quelle: Statista[28])		2,7 %	1,8 %
CPI, (2017, Quelle: Transparency International)[29]		36 (Rang 103 von 180)	81 (Rang 12 von 180)

[22] Weltbank, 2017 [online]. Zu finden auf: https://data.worldbank.org/country [online geöffnet 05.12.2018].
[23] Ebenda.
[24] Ebenda.
[25] Ebenda.
[26] Ebenda.
[27] Ebenda 2015.
[28] Statista, 2018 [online]. Zu finden auf: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/373064/umfrage/inflationsrate-in-bahrain// [geöffnet am 12.09.2018]
[29] Transparency International, 2017 [online]. Zu finden auf: https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2017 [geöffnet: 06.092018].
Hinweis: Der Punktwert eines Landes gibt das wahrgenommene Korruptionsniveau im öffentlichen Sektor auf einer Skala von 0 bis 100 an. 0 bedeutet, dass der Sektor in dem Land als sehr korrupt wahrgenommen wird. 100 bedeutet, dass er als sehr integer wahrgenommen wird. Der Rang eines Landes spiegelt die Position im Vergleich zu anderen Ländern wider. Der Rang kann sich auch dadurch ändern, dass sich die Anzahl der im Index erfassten Länder geändert hat.

4 Analyse der deutschen Agrarexportstatistik

4.1 Saudi-Arabien

Die Ausfuhren der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft nach Saudi-Arabien haben laut dem Statistischen Amt einen mengenmäßigen Rückgang von minus 26,49 %, wobei der höchste Rückgang von 2016 zu 2017 bei dem Export von Butter, gefolgt von pflanzlichen Ölen und Fetten zu verbuchen ist. Ein Anstieg ist in den genannten Vergleichsjahren bei der Warengruppe Eier und Pflanz-/Saatgut, gefolgt von der Warengruppe Zuckerrüben, Zucker und Zuckererzeugnisse zu verzeichnen. Die nachfolgenden Tabellen geben einen generellen Überblick über alle Ausfuhren (Menge und Wert) der Branche nach Saudi-Arabien.

Tabelle 5: Deutsche Exporte nach Saudi-Arabien, Menge

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, in t	2014, in t	2015, in t	2016, in t	2017, in t	VR in %
Lebende Tiere	119	67	101	88	4	- 95,46
Pferde	110	57	91	75	4	- 94,67
Lebende Tiere, a.n.g.		0	0	0	0	
Hausgeflügel	9	11	10	13	k. A.	
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs	30.183	42.032	42.751	38.537	32.910	- 14,61
Milch und Milcherzeugnisse	27.104	36.730	38.097	32.683	27.619	- 15,5
Käse	1.814	3.529	2.245	3.259	3.236	- 0,71
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs, a.n.g.	1.221	1.423	1.216	1.373	1.476	7,5
Butter	25	315	1.140	1.154	338	- 70,72
Fische und Fischzubereitungen	5	6	51	58	179	208,62
Eier, Eiweiß und Eigelb	9	0	4	11	61	454,54
Fleisch und Fleischwaren	6	0	0	0	0	
Tierische Öle und Fette		0				
Fischmehl, Fleisch-mehl und ähnliche Erzeugnisse		28				
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs	2.411.822	1.022.180	2.282.334	2.742.309	2.609.216	- 4,86

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, in t	2014, in t	2015, in t	2016, in t	2017, in t	VR in %
Weizen	888.600	721.751	974.335	1.284.938	1.431.571	11,41
Gerste	1.479.389	250.508	1.248.688	1.390.021	1.119.246	- 19,48
Zuckerrüben, Zucker und Zuckererzeugnisse	7.341	6.098	4.726	5.963	15.756	164,22
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, a.n.g.	11.396	10.621	12..947	11.543	11.349	- 1,69
Pflanzliche Öle und Fette	3.613	2.217	4.013	21.889	8.369	- 61,77
Backwaren und andere Zubereitungen aus Getreide	8.335	10.740	11.507	11.235	7.363	- 34,47
Kakao und Kakaoerzeugnisse	3.274	4.425	4.141	4.010	4.489	11,94
Obst- und Gemüsesäfte	1.576	4.550	4.320	3.980	3.579	- 10,08
Kartoffeln, Kartoffel-erzeugnisse	5.525	8.414	13.811	4.680	3.071	- 34,39
Kleie, Abfallerzeugn. zur Fütterung und sonst. Futtermittel	1.309	857	2.517	2.740	3.070	12,04
Getreide-erzeugnisse	1.039	913	792	637	644	1,09
Gewürze	97	125	154	164	209	27,43
Obstzubereitungen und -konserven	119	117	125	196	207	5,61
Gemüsezubereitungen und -konserven	72	381	54	107	81	- 24,3
Ölfrüchte	30	61	77	43	70	62,79
Schalen- und Trockenfrüchte	38	50	41	62	55	- 11,3
Malz	42	19	14	15	28	86,66
Saat- und Pflanzgut	24	331	53	6	23	283,33
Frischobst, ausgenommen Südfrüchte			18	40	21	- 47,5
Hülsenfrüchte				0	5	
Lebende Pflanzen und Erzeugnisse der Ziergärtnerei	0	0	1	9	5	- 44,45
Reis und Reiserzeugnisse	1	1	0	1	2	100

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, in t	2014, in t	2015, in t	2016, in t	2017, in t	VR in %
Südfrüchte			1		2	
Sorghum, Hirse und sonstiges Getreide			2	2	1	- 50
Grün- und Raufutter	2	0	0	22	1	- 95,46
Mais			0		0	
Gemüse und sonstige Küchen-gewächse, frisch				9		
Genussmittel	19.665	21.078	25.063	20.558	11.628	- 43,44
Rohtabak und Tabakerzeugnisse	19.398	20.809	24.765	20.235	11.246	- 44,43
Kaffee	224	210	249	290	339	16,89
Tee und Mate	10	19	11	12	15	25
Bier	13	17	7	13	12	- 7,7
Branntwein	17	19	29	5	12	140
Wein	3	4	2	2	4	100
Hopfen	0	1	1	1	0	
Insgesamt	2.461.790	1.085.358	2.350.250	2.801.491	2.653.758	- 5,28

Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018.

Tabelle 6: Deutsche Exporte nach Saudi-Arabien, Wert

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tsd. Euro	2014, tsd, Euro	2015, tsd. Euro	2016, tsd. Euro	2017, tsd. Euro	VR in %
Lebende Tiere	3.845	2.906	3.367	3.707	79	- 97,87
Pferde	2.770	1.682	2.186	2.123	77	- 96,38
Lebende Tiere, a.n.g.		3	16	51	2	- 96,08
Hausgeflügel	1.075	1.221	1.165	1.533		
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs	76.333	112.366	106.456	97.646	89.577	- 8,27
Milch und Milcherzeugnisse	54.830	84.583	84.400	69.009	59.723	- 13,46
Käse	12.429	14.882	11.699	16.049	15.783	- 1,66
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs,	8.783	11.478	6.147	7.651	9.864	28,92

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tsd. Euro	2014, tsd, Euro	2015, tsd. Euro	2016, tsd. Euro	2017, tsd. Euro	VR in %
a.n.g.						
Butter	44	120	587	845	2.346	177,63
Fische und Fischzubereitungen	108	1.283	3.589	4.032	1.570	- 61,07
Eier, Eiweiß und Eigelb	111	3	32	58	290	400
Fleisch und Fleischwaren	28	2	2	2	1	- 50
Tierische Öle und Fette		2				
Fischmehl, Fleischmehl und ähnliche Erzeugnisse		13				
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs	628.234	335.504	593.534	614.690	575.822	- 6,33
Weizen	201.051	161.552	202.771	211.827	254.479	20,13
Gerste	315.885	43..574	237.399	211.551	173.335	- 18,07
Zuckerrüben, Zucker und Zuckererzeugnisse	41.902	38.846	52.787	72.559	45.028	- 37,95
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, a.n.g.	30.352	39.395	47.602	46.764	30.467	- 34,85
Pflanzliche Öle und Fette	17.571	23.776	24.145	26.430	29.061	9,95
Backwaren und andere Zubereitungen aus Getreide	5.249	5.465	4.825	8.403	15.987	90,25
Kakao und Kakaoerzeugnisse	3.863	2.794	3.469	14.086	7.522	- 46,6
Obst- und Gemüsesäfte	2.946	7.708	6.540	7.475	6.986	- 6,55
Kartoffeln, Kartoffel-erzeugnisse	2.420	2.092	4.279	6.619	4.551	- 31,25
Kleie, Abfallerzeug. zur Fütterung und sonst. Futtermittel	4.663	5.875	6.639	4.984	4.074	- 18,26
Getreideerzeugnisse	561	735	910	1.033	1.264	22,36
Gewürze	649	646	500	606	781	28,87
Obstzubereitungen und -konserven	239	294	340	793	619	- 21,95

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tsd. Euro	2014, tsd, Euro	2015, tsd. Euro	2016, tsd. Euro	2017, tsd. Euro	VR in %
Gemüsezubereitungen und -konserven	305	404	348	546	602	10,25
Ölfrüchte	278	1.846	561	199	436	119,09
Schalen- und Trockenfrüchte	139	350	148	467	288	- 38,33
Malz	96	121	193	161	200	24,22
Saat- und Pflanzgut	60	28	25	26	40	53,84
Frischobst, ausgenommen Südfrüchte	2	0	16	88	35	- 60,23
Hülsenfrüchte			21	34	18	- 47,06
Lebende Pflanzen und Erzeugnisse der Ziergärtnerei			1		17	
Reis und Reiserzeugnisse				0	13	
Südfrüchte	3	2	0	3	10	233,33
Sorghum, Hirse und sonstiges Getreide			13	17	7	- 58,83
Grün- und Raufutter			1		1	
Mais	0	1	1	6	1	- 83,34
Gemüse und sonstige Küchen-gewächse, frisch				13		
Genussmittel	395.275	424.312	669.619	573.053	282.220	- 50,76
Rohtabak und Tabakerzeugnisse	392.203	421.314	666.425	568.568	277.490	- 51,2
Kaffee	2.598	2.228	2.684	3.908	4.133	5,75
Tee und Mate	317	603	350	472	442	- 6,36
Bier	96	93	113	44	62	40,9
Branntwein	35	31	16	17	49	188,23
Wein	23	32	14	26	29	11,53
Hopfen	3	11	17	18	15	- 16,67
Insgesamt	1.103.687	875.088	1.372.976	1.289.096	947.698	-26,49

Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018.

4 Analyse der deutschen Agrarexportstatistik

Diese Exporttendenzen von Deutschland nach Saudi-Arabien wird in der Gesamtbetrachtung und in der Betrachtung der einzelnen Warengruppen in den nachfolgenden beiden Abbildungen nochmals anschaulich dargestellt.

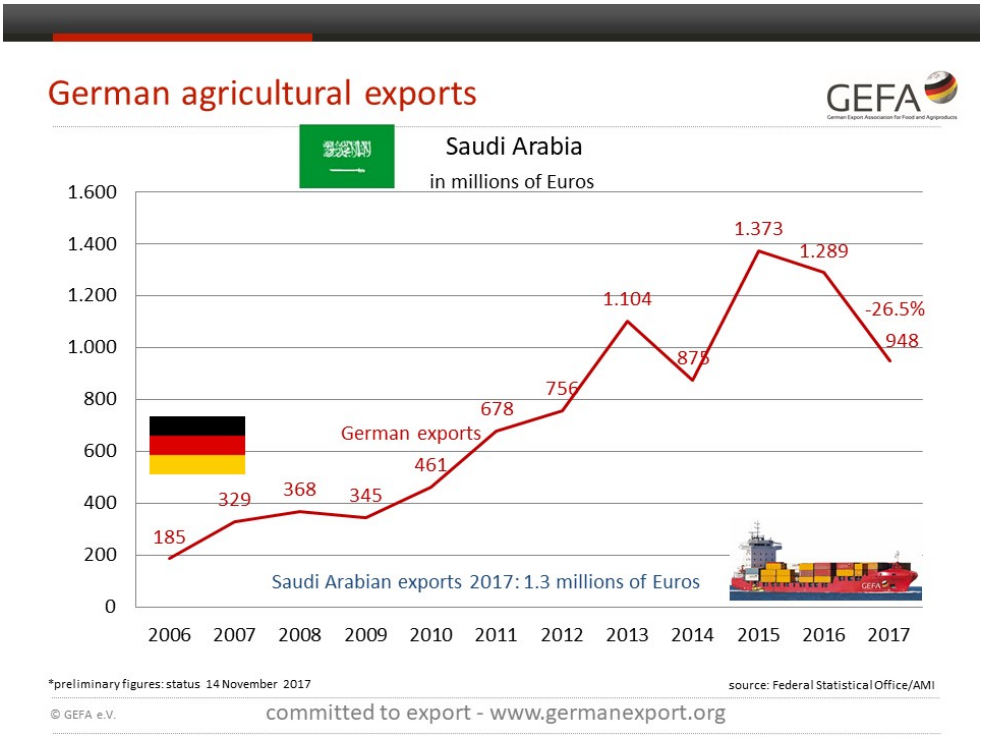

Abbildung 3: Deutsche Ausfuhren nach Saudi-Arabien nach Wert

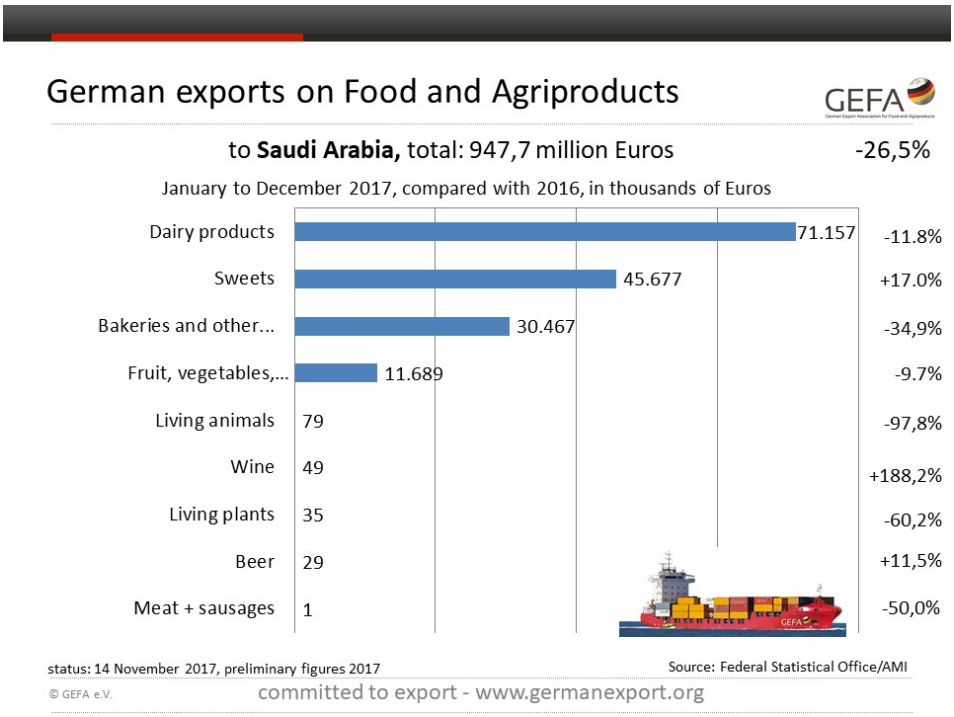

Abbildung 4: Deutsche Ausfuhren nach Saudi-Arabien nach Warengruppen

4.2. Bahrain

Die Ausfuhren der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft nach Bahrain sind laut dem Statistischen Amt von 2016 zu 2017 um 15,69 % gestiegen. Ein Anstieg um mehr als 50 % ist bei Milch und Milcherzeugnissen sowie bei Bier und der Warengruppe Kartoffeln/Kartoffelerzeugnisse zu verzeichnen. Stark gesunken ist, wie auch in Saudi-Arabien, der Export von lebenden Tieren.

Die nachfolgenden Tabellen geben einen generellen Überblick über alle Ausfuhren (Menge und Wert) der Branche nach Bahrain.

Tabelle 7: Deutsche Exporte nach Bahrain, Menge

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, in t	2014, in t	2015, in t	2016, in t	2017, in t	VR in %
Lebende Tiere	6	5	10	15	2	- 86,67
Lebende Tiere, a.n.g.	6	5	10	15	2	- 86,67
Pferde	0	0	0	0	1	
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs	282	618	746	1158	1861	60,7
Milch und Milcherzeugnisse	83	57	136	603	1336	121,55
Käse	184	537	580	530	462	- 12,84
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs, a.n.g.	11	18	18	13	30	130,76
Fleisch und Fleischwaren	4	6	1	12	26	116,66
Eier, Eiweiß und Eigelb					8	
Fische und Fischzubereitungen	0	1	1	1	0	
Butter	0		10			
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs	4.106	32.500	3.434	5.860	7.104	21,22
Backwaren und andere Zubereitungen aus Getreide	2.209	3.047	521	2.987	3.015	0,93
Kartoffeln und Kartoffelerzeugnisse	709	634	1.717	1.565	2.921	86,64
Zuckerrüben, Zucker und	609	592	654	640	519	- 18,91

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, in t	2014, in t	2015, in t	2016, in t	2017, in t	VR in %
Zuckererzeugnisse						
Kakao und Kakaoerzeugnisse	290	429	261	247	235	- 4,86
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, a.n.g.	75	81	88	136	99	- 27,21
Pflanzliche Öle und Fette	47	66	38	67	84	25,37
Kleie, Abfallerzeugn. zur Fütterung und sonst. Futtermittel	30	42	41	75	72	-4
Getreideerzeugnisse					65	
Ölfrüchte	102	46	58	82	53	- 35,37
Schalen- und Trockenfrüchte	8	12	16	16	14	- 12,5
Saat- und Pflanzgut	15	15	16	20	12	- 40
Gemüsezubereitungen und -konserven	3	4	6	5	4	- 20
Reis und Reiserzeugnisse	1	1	3	4	4	0
Hülsenfrüchte	3	5	4	9	4	- 55,56
Gemüse und sonstige Küchen-gewächse, frisch				1	2	100
Sorghum, Hirse und sonstiges Getreide	1	2	3	3	1	- 66,67
Grün- und Raufutter			1	1	1	0
Obstzubereitungen und -konserven	1	2	2	1	1	0
Hafer	0	0	0	0	0	
Südfrüchte	0	0		0	0	
Lebende Pflanzen und Erzeugnisse der Ziergärtnerei			0	0	0	
Weizen	0	27.523	0			
Gerste	0					
Mais	0	0	0			
Obst- und Gemüsesäfte	0	0	6	1		

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, in t	2014, in t	2015, in t	2016, in t	2017, in t	VR in %
Gewürze	0					
Genussmittel	899	1.309	3.187	3.838	3.610	- 5,95
Rohtabak und Tabakerzeugnisse	390	757	2490	3427	3031	- 11,56
Bier	382	409	530	261	453	73,56
Branntwein	113	107	125	113	97	- 14,16
Kaffee	8	27	31	28	25	- 10,72
Tee und Mate	5	7	10	9	3	- 66,67
Wein	1	2	2	1	1	0
Insgesamt	5.293	34.432	7.376	10.871	12.577	15,69

Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018.

Tabelle 8: Deutsche Exporte nach Bahrain, Wert

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tsd. Euro	2014, tsd. Euro	2015, tsd. Euro	2016, tsd. Euro	2017, tsd. Euro	VR in %
Lebende Tiere	169	266	208	447	269	-39,83
Lebende Tiere, a.n.g.	13	47	21	131	175	33,58
Pferde	156	219	187	316	94	- 70,26
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs	1.015	2.148	2.395	2.459	3.916	59,25
Milch und Milcherzeugnisse	184	136	301	601	1.748	190,84
Käse	722	1.908	1.892	1.677	1.718	2,44
Nahrungsmittel tierischen Ursprungs, a.n.g.	77	61	144	108	261	141,66
Fleisch und Fleischwaren	21	31	8	60	117	95
Eier, Eiweiß und Eigelb					69	
Fische und Fischzubereitungen	10	12	14	13	3	- 76,93
Butter	1		36			
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs	6.738	12.917	7.947	9.065	8.236	- 9,15
Backwaren und andere	2.608	2.852	3.548	3.255	2.619	- 19,54

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tsd. Euro	2014, tsd. Euro	2015, tsd. Euro	2016, tsd. Euro	2017, tsd. Euro	VR in %
Zubereitungen aus Getreide						
Kartoffeln und Kartoffelerzeugnisse	848	448	1.211	1.099	1.979	80,07
Zuckerrüben, Zucker und Zuckererzeugnisse	1.089	1.298	552	1.711	1.416	- 17,25
Kakao und Kakaoerzeugnisse	562	641	845	1.001	889	- 11,19
Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, a.n.g.	1.290	1.458	1.375	1.446	859	- 40,6
Pflanzliche Öle und Fette	84	93	92	142	133	- 6,34
Kleie, Abfallerzeug. zur Fütterung und sonst. Futtermittel	88	83	81	99	117	18,18
Getreideerzeugnisse	62	39	51	76	56	- 26,32
Ölfrüchte	27	34	56	53	49	- 7,55
Schalen- und Trockenfrüchte	21	39	41	87	39	- 55,18
Saat- und Pflanzgut	31	22	12	14	18	28,57
Gemüsezubereitungen und -konserven	13	13	19	21	17	- 19,05
Reis und Reiserzeugnisse	6	10	19	19	16	- 15,79
Hülsenfrüchte	0	2	4	7	10	42,85
Gemüse und sonstige Küchengewächse, frisch					9	
Sorghum, Hirse und sonstiges Getreide	6	12	17	12	3	-75
Grün- und Raufutter			1	1	2	100
Obstzubereitungen und -konserven	2	6	5	11	2	-81,82
Hafer				1	1	0
Südfrüchte	0	0		2	1	-50
Lebende Pflanzen und Erzeugnisse der Zier-gärtnerei			3	5	1	-80
Weizen	0	5.867	0			
Gerste	0					
Mais	0	0	0			

Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse)	2013, tsd. Euro	2014, tsd. Euro	2015, tsd. Euro	2016, tsd. Euro	2017, tsd. Euro	VR in %
Obst- und Gemüsesäfte	0	0	15	3		
Gewürze	1					
Genussmittel	10.441	11.110	18.659	11.103	15.467	39,3
Rohtabak und Tabakerzeugnisse	9.182	9.422	15.761	7.655	12.279	60,4
Bier	324	520	1.348	2.069	1.918	- 7,3
Branntwein	771	881	1.147	1.098	1.002	- 8,75
Kaffee	102	202	296	227	226	- 0,45
Tee und Mate	38	49	44	25	26	4
Wein	24	36	63	29	16	- 44,83
Insgesamt	18.363	26.441	29.209	23.074	27.888	20,86

Quelle: Statistisches Bundesamt/AMI, 2018.

Diese steigende Exporttendenz von Deutschland nach Bahrain wird in den nachfolgenden beiden Abbildungen nochmals anschaulich dargestellt.

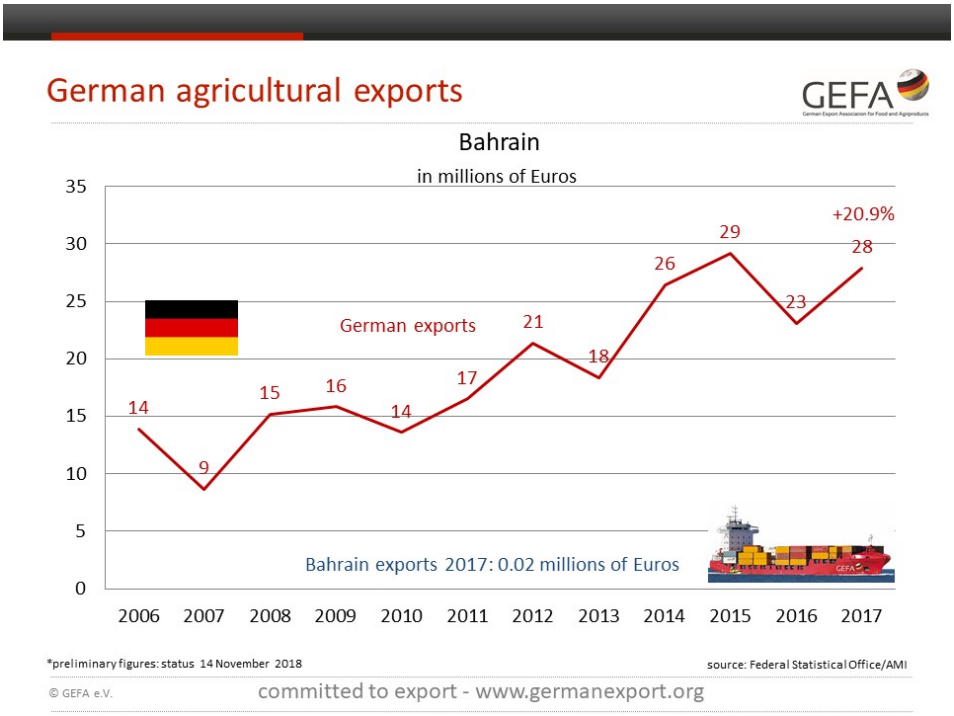

Abbildung 5: Deutsche Ausfuhren nach Bahrain nach Wert

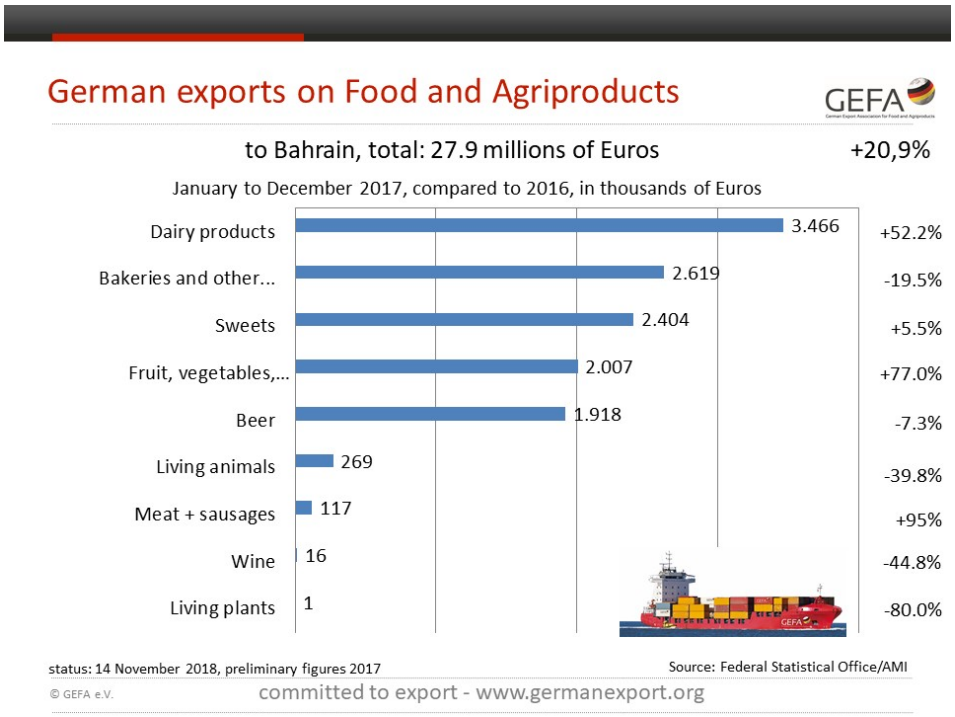

Abbildung 6: Deutsche Ausfuhren nach Bahrain nach Warengruppen

5 Darstellung des klassischen Lebensmittelhandels

Laut Planet Retail ist Panda in Saudi-Arabien der mit Abstand größte Lebensmittelhändler, gefolgt von Bin Dawood und Al Othaim. Im Jahr 2018 wird erwartet, dass die Top 5 der Einzelhändler ein Fünftel des Lebensmitteleinzelhandelsmarktes einnehmen werden. Momentan beanspruchen die Top-Player noch einen kleineren Marktanteil, während die traditionellen Geschäfte, darunter Eckläden / kleinere Nachbarschaftsläden (Bakalas) und andere unabhängige Einzelhandelsgeschäfte, noch eine große Bedeutung haben. Durch die Expansion des Marktes mit internationalen und inländischen Unternehmen erwartet Planet Retail jedoch eine Konsolidierung des Marktes. [30]

In den meisten saudischen Einzelhandelsgeschäften sind internationale Marken und frische Produkte zur Norm geworden. Mit dem Anstieg der Flächen moderner Einzelhändler, insbesondere in städtischen Gebieten, erhöht sich die Nachfrage nach Frischwaren und internationalen Marken.
Neben den frischen Produkten, die zumeist aus dem Ausland importiert werden, gibt es eine wachsende Anzahl einheimischer Hersteller, die vor Ort Milchprodukte und andere frische Nahrungsmittel herstellen. Alkohol- und Schweinefleischprodukte dürfen in dem Land nicht verkauft werden.

Tabelle 9: Übersicht der TOP 5 Retailer in Saudi-Arabien

Retailer	Anzahl Filialen	Gesamtver-kaufsfläche in m²	Durchschnitt-liche Verkaufsfläche in m²	Lebensmittel-umsätze in Euro	Marktanteil an den Ausgaben für Lebensmittel in %
Panda	423	826.800,00	1.955,00	2.392.678.874,00	4,65
Bin Dawood	52	400.000,00	7.692,00	1.820.790.337,00	3,54
Al Othaim	211	353.400,00	1.675,00	1.669.824.599,00	3,11
LuLu Group	14	260.134,00	18.581,00	1.075.638.296,00	2,09
Al Raya	53	121.900,00	2.300,00	784.600.573,00	1,52

Quelle: Planet Retail, Country Report Saudi-Arabien

In Bahrain ist der Lebensmitteleinzelhandel stark gewachsen, um den Bedarf der multikulturellen Bevölkerung zu decken. Die Supermarktdichte bleibt im Vergleich zu Saudi-Arabien gering. Laut Planet Retail ist der größte Lebensmittelhändler hinsichtlich der Gesamtverkaufsfläche in Bahrain die LuLu Group, dicht gefolgt von Carrefour.[31]

[30] Quelle: Planet Retail, Country Report Saudi-Arabien.
[31] Quelle: Planet Retail, Country Report Bahrain.

Tabelle 10: Übersicht der TOP 5 Retailer in Bahrain

Retailer	Anzahl Filialen	Gesamtver-kaufsfläche in m²	Durchschnitt-liche Verkaufsfläche in m²	Lebensmittel-umsätze in Euro	Marktanteil an den Ausgaben für Lebensmittel in %
LuLu Group	9	144.000,00	16.000,00	537.725.931,00	23,34
Carrefour	14	101.500,00	7.250,00	247.906.909,00	10,76
Fu-Com	5	13.000,00	2.600,00	94.767.917,00	4,11
LVMH	3	1.140,00	380,00	50.065.235,00	1,74
The Sultan Center	3	13.500,00	4.500,00	29.914.767,00	1,30

Quelle: Planet Retail, Country Report Bahrain.

6 Produktspezifische Informationen

In Saudi-Arabien werden 59 % der Nahrungsmittel der Golfstaaten konsumiert, während Bahrain nur einen Anteil von 1 % hat. Die Golfstaaten hängen sehr stark von Importen ab.[32] Saudi-Arabien importiert durchschnittlich 80 % seines Bedarfs an Lebensmitteln[33], ist aber nach eigenen Angaben bei den Nahrungsmitteln Datteln, Frischmilch und Eiern autark.[34]

6.1 Fleisch- und Wurstwaren

6.1.1 Verbrauchernachfrage

Die Hühnerfleischproduktion in Saudi-Arabien wird im Jahr 2018 voraussichtlich 650.000 t erreichen und im Jahr 2019 auf 700.000 t ansteigen. Der Verbrauch von Hühnerfleisch wird 2018 auf 1,2 Mio. t geschätzt. Der sinkende Verbrauch von Hühnerfleisch im Königreich ist auf den Abgang von Auswanderern aus dem Königreich und niedrigere Importe aufgrund eines Verbots von Betäubungsgeflügel zurückzuführen, welches am 1. Juni 2018 in Kraft trat.

Insgesamt wird erwartet, dass die Einfuhr von Broilerfleisch im Jahr 2018 im Vergleich zu 2017 rückläufig ist und um rund 19 % auf 575.000 t sinken wird. Die Verringerung der Importquote wird ferner bedingt durch die Importsubventionen für Getreide und zinsfreie Kredite der Regierung für Produzenten von Hühnerfleisch.[35] Das Königreich und die übrigen GCC-Staaten vereinen 25 % der globalen Hühnerfleischimporte auf sich.[36]

Saudi-Arabien ist der größte Importeur von Hühnerfleisch weltweit.[37] Aus speziellen Farmen stammen 99,5 % des Hühnerfleisches und 0,5 % der Produktion werden in traditioneller Landwirtschaft hergestellt. Geflügelproduktion ist beinahe synonym zur Hühnchen-produktion.[38]

Bahrain ist in starkem Maße von Importen abhängig. Die Verbrauchernachfrage in Bahrain ist wie in den anderen GCC Ländern sehr hoch. Die Bahrainis essen gerne Fleisch- und Wurst-waren zu jeder Mahlzeit. Im Jahr 2015 importierte Bahrain Fleisch im Wert von rund 241 Mio. USD.[39]

[32] http://saudigazette.com.sa/article/173716/Saudi-Arabia-food-demand-represents-59-of-GCC-market
[33] http://www.aljaziracapital.com.sa/report_file/ess/SEC-443.pdf
[34] https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20Processing%20Ingredients_Riyadh_Saudi%20Arabia_3-29-2018.pdf
[35] GAIN Report: Saudi Arabia. Poultry and Products Annual. Broiler Meat Production. (2017).
[36] Ebenda.
[37] Ebenda.
[38] Ebenda.
[39] Mordor Intelligence: Edible Meat Market in Bahrain: Bovine, Poultry, Goat and Sheep - Analysis of Growth, Trends and Forecasts (2016 - 2021) (2017).

6.1.2 Lokale Marktbedingungen

Für die nächsten Jahre wird mit weiteren Rückgängen bei den Importen gerechnet. Das wird insbesondere den Hauptlieferländern Brasilien (85 % Lieferanteil), Frankreich (14 % Lieferanteil) und USA (1 % Lieferanteil) schaden.

Obwohl das Königreich weiterhin von Importen abhängig ist, tritt das Land auch als Exporteur in andere GCC-Länder auf.[40] Die Schätzung der Gesamtexporte von Hühnerfleisch aus Saudi-Arabien für das Jahr 2018 wurde aufgrund des Importverbots von saudischen Exporten in GCC Länder auf 10.000 t gesenkt. Dies lag an der Entdeckung von H5N8-Fällen in Saudi-Arabien zwischen Ende Dezember 2017 – März 2018.

Tabelle 11: Saudi-Arabien Broiler Fleischimporte, Quantität

Exportland	Jan. -Mai 2016 in Mio. t	Marktanteil in %	Jan. -Mai 2017 in Mio. t	Marktanteil in %
Brasilien	314.135	85	276.295	84
Frankreich	50.294	14	44.624	14
Vereinigte Staaten	4.328	1	4.862	1
Andere	1.138	0 %	1.497	0
Total	369.895	100 %	327.278	100

Quelle: GAIN Report: Saudi Arabia. Poultry and Products Annual. Broiler Meat Production. (2017)

Die 3 größten lokalen Produzenten von Geflügelfleisch Al-Watania Poultry, Fakieh Farms und Almarai Company haben seit dem Jahr 2010 ca.10,6 Mrd. SAR (ca. 2,1 Mrd. Euro) in die Erweiterungen Ihrer Produktion investiert. Diese 3 Unternehmen haben derzeit einen Marktanteil von 65 % im Bereich Geflügelfleischproduktion. Investiert wird auch vertikal, um stärker von der Wertschöpfungskette zu profitieren. So sind z. B. Watania Poultry und Fakieh Farms im Besitz eigener Restaurants und Fast-Food-Ketten.

Al-Watania Geflügelfarm, die größte Hühnerfarm des Königreichs mit einer Produktion von 820.000 Hähnchen am Tag, baut in Bisaita in der Provinz Al-Jouf eine neue Mega-Geflügelfarm. Das Bisaita-Projekt, das voraussichtlich bis zum Jahr 2020 betriebsbereit sein wird, wird die tägliche Produktion von Broilerfleisch erheblich erhöhen. Das Ziel ist die Produktion von 1 Mio. Broilern und bis zu 3 Mio. Speiseeiern pro Tag. Al-Watania produziert derzeit pro Tag etwa 1,5 Mio. Eier.[41]

[40] GAIN Report: Saudi Arabia. Poultry and Products Annual. Broiler Meat Production. (2017).
[41] Al-Watania: https://www.al-watania.com/, aufgerufen am 17.12.2018.
GAIN Report: Saudi Arabia. Poultry and Products Annual. Broiler Meat Production. (2017).

Im April 2017 kündigten die Fakieh Geflügelfarmen einen Plan an, mehr als 213 Mio. USD in ein neues Farmprojekt mit 500 riesigen Broiler-Bauernhäusern in der Region Jazan zu investieren. Es ist geplant, das neue Projekt der Firma bis zum Jahr 2022 fertigzustellen. Mit der neuen Farm wird die Hühnerfleischproduktion um etwa 300.000 Hühner pro Tag erhöht. Derzeit produziert das Unternehmen täglich rund 550.000 Hühner und 1,5 Mio. Eier.[42]

Al-Marai ist mit der Marke AlYoum der drittgrößte Erzeuger von Broilerfleisch in Saudi-Arabien. Die Firma hat Zugang zu großen Beträgen von landwirtschaftlichen Flächen, auf denen das Unternehmen jährlich etwa 150 Mio. Hühner produzieren kann. Im Jahr 2015 hat das Unternehmen Berichten zufolge 75 Mio. Broiler produziert.[43]

Wichtige Faktoren für den Fleisch- und Wurstwarenmarkt in Bahrain sind ein robustes Wirtschaftswachstum, veränderte Verbrauchertrends und fortschrittliche Technologien. Die wachsende Bevölkerung ist für den steigenden Konsum verantwortlich. Unternehmen, die nach Bahrain exportieren bzw. importieren sind, mit Saudi-Arabiens Fleischindustrie verlinkt. Mit dem großen Angebot in Saudi-Arabien hat Bahrain einen ländlichen Zugang zu großen Unternehmen in der Fleisch- und Wurstwarenindustrie im Nachbarland.

6.1.3 Importbestimmungen

Die Einfuhr von Schweinefleisch und -produkten ist grundsätzlich aus religiösen Gründen verboten. Es wird eine Halal-Bescheinigung für das zu importierende Fleisch benötigt. Saudi-Arabien verbietet die Einfuhr von Rindfleisch und Rindfleischerzeugnissen aus Ländern, in denen BSE-Entdeckungen festgestellt wurden. Die Schlachtung muss in einem offiziell zugelassenen Schlachthaus und gemäß den islamischen Schlachtverfahren stattfinden.

Ein FSIS-Zertifikat, dass die geschlachteten Rinder und Geflügel nicht mit genmanipulierten Futtermitteln gefüttert wurden sind, ist erforderlich. Außerdem unterliegen Geflügelimporte seit dem 2017 einer 20 % Steuer pro kg. Gefrierfleischprodukte dürfen nach Saudi-Arabien nur aus dem Ursprungsland eingeführt werden, dies ist durch ein Ursprungszeugnis nachzuweisen.

[42] Fakieh Farms: http://fakiehfarms.com/about/, aufgerufen am 18.12.2018.
GAIN Report: Saudi Arabia. Poultry and Products Annual. Broiler Meat Production. (2017).
[43] Almarai: AlYoum, unter https://www.almarai.com/en/brands/alyoum/, aufgerufen am 18.12.2018.

6.1.4 Vertriebswege

Allgemein verfügen Saudi-Arabien und Bahrain über eine hoch entwickelte Infrastruktur für den Vertrieb von Geflügelfleisch und Geflügelerzeugnissen. Geflügelfleischhersteller und Importeure haben in der Regel ausreichende Lagereinrichtungen, Kühltransporter und Kühlhäuser.

Die großen saudischen Geflügelfarmen und Importeure verkaufen ihre Produkte an Einzelhändler, Großhändler und direkt an die Verbraucher durch ihre eigenen Kühlhäuser im gesamten Königreich. Hauptsächlich nutzen die Konsumenten Großverbrauchermärkte, Supermärkte und Bakalas für ihren Einkauf. Es herrscht eine starke Fragmentierung des Lebensmitteleinzelhandels.

Trotz des steigenden Einflusses von Supermärkten in Saudi-Arabien stellen Bakalas einen wichtigen Vertriebsweg für Lebensmittel im Land dar. Im Jahr 2015 hatten sie mit ihren Verkäufen einen Marktanteil von über 52 % des gesamten Lebensmittelumsatzes, Supermärkte und Hypermäkte nehmen dagegen ca. 35 % des Marktes ein.[44]

Saudi-Arabien hat jährlich über 10 Mio. Besucher, die in den beiden heiligen Städten Mekkah und Medina die Hajj und Umra verrichten. In diesem Teil des Landes ist der institutionelle Lebensmittelsektor besonders ausgeprägt. Umsatzträger sind Cateringunternehmen, Krankenhäuser, Universitäten, Militär, Gefängnisse, Airline-Catering, Betriebskantinen und Arbeitnehmerlager.

6.1.5 SWOT-Analyse

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Großer Markt in Saudi-Arabien - Stabile wirtschaftliche Lage in Saudi-Arabien und Bahrain - Heterogene Bevölkerungszusammensetzung bedingt eine vielfältige Nachfragestruktur nach Fleisch- und Wurstwaren	- Hohe Importkosten für Drittländer - Konsumenten bevorzugen frisches Hühnerfleisch aus Saudi-Arabien - Saudische Konsumenten trauen den Halal-Schlachtungen im Ausland nicht

[44] PRNewswire: Top growth opportunities dairy soy food-in-Saudi Arabia, unter https://www.prnewswire.com/news-releases/top-growth-opportunities-dairy--soy-food-in-saudi-arabia-300483057.html, aufgerufen am 15.12.2018 (2017).

Opportunities (Chancen)	Threats (Risiken)
- Vielversprechender Nischenmarkt - Relativ niedrige Selbstversorgungsraten (insgesamt), die heimische Produktion kann die Nachfrage nicht in allen Bereichen decken - Westlich geprägte Handelsformate setzen sich vermehrt durch und bieten gute Absatzchancen für ausländische Produkte	- Durch den Gesundheits- und Wellnesstrend sinkt auch die Nachfrage nach Fleisch- und Wurstwaren - Ziel des Gesundheitsministeriums ist es, den Konsum an Fleisch zu verringern („The Healthy Food Palm“ Program)

6.1.6 Chancen für deutsche Exporteure

Der deutsche Fleisch- und Wurstwaren Export nach Saudi-Arabien und Bahrain ist minimal. Jedoch ist der Markt in Bahrain für deutsche Fleisch- und Wurstwaren attraktiver als der Saudische. Während nach Saudi-Arabien Fleisch- und Wurstwaren im Wert von 26.000 Euro importiert wurden, importierte Bahrain bis zu 120.000 Euro an deutschem Fleisch (s. Tabelle „Deutsche Exporte nach Saudi-Arabien“ in Kapitel 4.1). In Saudi-Arabien wird das inländische Fleisch aufgrund der gesicherten Halal-Schlachtung bevorzugt. Es wird nur in geringen Mengen importiert.

6.2 Molkereiprodukte

Saudi-Arabien ist der größte Produzent und Verbraucher von Milchprodukten in der Golfregion.[45] Die Produktion ist hoch technologisiert und in den letzten Jahrzehnten stark angewachsen. Eine kleine Anzahl großer Unternehmen dominiert die Industrie vor Ort.

Das erhebliche Wachstum der Milchwirtschaft im Königreich ist auf eine Serie von Investitionen seitens der Regierung und des privaten Sektors in den letzten 40 Jahren zurückzuführen. Im Jahr 1970 hatten saudi-arabische Milchbauern eine jährliche Produktion von Rohmilch in Höhe von 156.000 t vorzuweisen.

Laut den Statistiken des Landwirtschaftsministeriums wurden 1995 schon 648.000 t produziert und im Jahre 2013 produzierte Saudi-Arabien bereits 1.943.000 t.[46] Damit kann Saudi-Arabien den Bedarf an Frischmilch durch Eigenproduktion decken.[47]

[45] European Union (2017): The Food and Beverage Market Entry Handbook:Saudi Arabia Europe Report 2017.

Im Jahre 2015 produzierte das Land außer Frischmilch auch 253,1 t (50 % der GCC) an Milchprodukten (Milchpulver, Butter, Ghee und Käse).[48] Insgesamt konnte Saudi-Arabien die lokale Nachfrage nach Milchprodukten im Jahre 2013 zu 50 % decken.

Bahrain produzierte 17.200 t (3,4 % der GCC)[49] im Jahre 2015. Im Jahre 2013 konnte das Land die lokale Nachfrage nach Milchprodukten zu 20 % decken[50]. Einen Großteil der Nachfrage nach Milchprodukten deckt Bahrain mit Importen aus Saudi-Arabien. 2011 waren es 72 % der Milchimporte und 76 % der Butter- und Ghee-Importe.[51]

Saudi-Arabien ist auch der größte Exporteur von Milchprodukten in der Golfregion. Im Jahr 2017 exportierte das Land Milchprodukte im Wert von 495,5 Mio. USD zumeist in die GCC Staaten. Trotzdem importierte Saudi-Arabien Milchprodukte im Wert von 784,6 Mio. USD. Im Vergleich zum Jahr 2013 verbesserte sich aber das Handelsdefizit im Bereich Milchprodukte um 45 %.[52]

Im Jahre 2017 betrugen die deutschen Exporte nach Saudi-Arabien 30,9 t Milch und Milcherzeugnisse im Wert von 69 Mio. Euro, sowie 11,5 t Speiseeis im Wert von 71 Tsd. Euro.[53] Im Jahre 2014 betrugen die Exporte nach Saudi-Arabien noch 40,3 t an Milch und Milcherzeugnissen.

6.2.1 Verbrauchernachfrage

Der Markt für Molkereiprodukte ist 2011 – 2016 jährlich durchschnittlich 4,3 % (mengenmäßig) und 6,5 % (wertmäßig) gewachsen.[54] Die Wachstumsprognosen liegen für die Jahre 2018 – 2023 etwas höher, bei einem wertmäßigen Wachstum von jährlich durchschnittlich 9 %[55] – 11,62 %[56]. Dieses Wachstum soll vor allem in den drei größten Kategorien Käse, Joghurt und Butter stattfinden.

Als Gründe für das Wachstum werden u.a. ein hohes Pro-Kopf-Einkommen, ein erhöhtes Gesundheitsbewusstsein und eine steigende Popularität des Milchkonsums unter Frauen

---

[46] Sajid Fiaz, Mehmood Ali Noor, Fahad Owis Aldosri:Achieving food security in the Kingdom of Saudi Arabia through innovation: Potential role of agricultural extension,Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences,Volume 17, Issue 4, 2018, Pages 365-375.

[47] The Embassy of The Kingdom of Saudi Arabia: Agriculture & Water, unter https://www.saudiembassy.net/agriculture-water, aufgerufen am 17.12.2018.

[48] Irish Food Board: Dairy Consumption in the Kingdom of Saudi Arabia Forecast to Grow,03.02.2017, unter https://www.bordbia.ie/industry/manufacturers/insight/alerts/pages/dairyconsumptioninthekingdomofsaudiarabiaforecasttogrow.aspx, aufgerufen am 16.12.2018.

[49] Ebd.

[50] Gulf News: Rising to the top, 01.06.2013, unter https://gulfnews.com/lifestyle/health-fitness/rising-to-the-top-1.1190438, aufgerufen am 10.12.2018.

[51] Lactimed: The dairy products market – November 2015, unter http://www.animaweb.org/sites/default/files/document_etude_debouches_lactimed_en_web_final.pdf, aufgerufen am 13.12.2018.

[52] World's Top Exports: Top Milk Exporting Countries,31.08.2018, unter http://www.worldstopexports.com/top-milk-exporting-countries/, aufgerufen am 17.12.2018.

[53] Statistisches Bundesamt (destatis) (2017): Aus – und Einfuhr (Außenhandel), unter https://www-genesis.destatis.de/genesis/online, abgerufen am 16.12.2018.

[54] PR Newswire (03.07.2017): Top Growth Opportunities: Dairy & Soy Food in Saudi Arabia, unter https://www.prnewswire.com/news-releases/top-growth-opportunities-dairy--soy-food-in-saudi-arabia-300483057.html, aufgerufen am 13.12.2018.

[55] Tech Sci Research (2018): Saudi Arabia Dairy Market, unter https://www.techsciresearch.com/report/saudi-arabia-dairy-market/1570.html, aufgerufen am 18.12.2018.

[56] Mordor Intelligence (2018): Saudi Arabian Dairy Market - Segmented by Type, Distribution Channel (2018 - 2023), unter https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/saudi-arabian-dairy-market, aufgerufen am 18.12.2018.

genannt.[57] Dieses Gesundheitsbewusstsein treibt auch die Nachfrage nach Joghurt an. Joghurt (in der Form von Laban) ist ein traditionelles Nahrungsmittel in der Region. Die Nachfrage ist besonders hoch im April, bleibt aber stabil im Laufe des Jahres. Die saudi-arabische Milchindustrie fokussiert die Produktion zurzeit, es wird ein Wachstum der Laban-Produktion von 5,39 % pro Jahr erwartet.[58] Eine nationale repräsentative Studie von 2013 stellte einen täglichen Pro-Kopf-Verbrauch von 219,4 ml Milch fest.[59]

Tabelle 12: Umsatz Molkereiprodukte in Saudi-Arabien

	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate 2012 – 2017	Umsatz 2017
Trinkjoghurt[60]	3,27 %	7,5 Mio. SAR
Joghurt[61]	4,14 %	975,3 Mio. SAR
Käse[62]	6,00 %	7.627,9 Mio. SAR
Butter und Streichfett[63]	6,43 %	1.007,4 Mio. SAR
Speiseeis (einzeln verpackt)[64]	8,76 %	1.605,7 Mio. SAR
Sahne65	3,41 %	177,3 Mio. SAR
Milch66 (alle Arten, Frischmilch, UHT, gesüßt, ungesüßt, mit Geschmack, Kondensmilch, Buttermilch	6,49 % (2011 – 2016)	11.650,2 Mio. SAR (2016)

[57] Mordor Intelligence (2017): Analysis of the Dairy sector in Saudi Arabia : Major Dairy with the Production, Consumption, Import and Export data and Trends (2016 - 2021), unter https://www.marketresearch.com/Mordor-Intelligence-LLP-v4018/Saudi-Arabian-Dairy-Segmented-Type-11529279/, aufgerufen am 18.12.2018.
[58] Ebd.
[59] Moradi-Lakeh M, El Bcheraoui C, Afshin A, Daoud F, AlMazroa MA, Al Saeedi M, Basulaiman M, Memish ZA, Al Rabeeah AA, Mokdad AH (2016): Diet in Saudi Arabia: findings from a nationally representative survey. Public Health Nutrition.
[60] Marketresearch (2018): Drinkable Yogurt (Dairy & Soy Food) Market in Saudi Arabia - Outlook to 2022: Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Drinkable-Yogurt-Dairy-Soy-Food-11987171/, aufgerufen am 18.12.2018.
[61] Marketresearch (2018): Yogurt (Dairy & Soy Food) Market in Saudi Arabia - Outlook to 2022: Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Yogurt-Dairy-Soy-Food-Saudi-11987183/, aufgerufen am 18.12.2018.
[62] Marketresearch (2018): Cheese (Dairy & Soy Food) Market in Saudi Arabia - Outlook to 2022: Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Cheese-Dairy-Soy-Food-Saudi-11987151/, aufgerufen am 18.12.2018.
[63] Marketresearch (2018): Butter & Spreadable Fats (Dairy & Soy Food) Market in Saudi Arabia - Outlook to 2022: Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Butter-Spreadable-Fats-Dairy-Soy-11987147/, aufgerufen am 18.12.2018.
[64] Marketresearch (2018): Impulse Ice Cream - Single Serve (Ice Cream) Market in Saudi Arabia - Outlook to 2022: Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Impulse-Ice-Cream-Single-Serve-11915856/, aufgerufen am 18.12.2018.
[65] Marketresearch (2018): Cream (Dairy & Soy Food) Market in Saudi Arabia - Outlook to 2022: Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Cream-Dairy-Soy-Food-Saudi-11987159/, aufgerufen am 18.12.2018.
[66] Marketresearch (2017): Milk (Dairy & Soy Food) Market in Saudi Arabia - Outlook to 2021: Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter https://www.marketresearch.com/GlobalData-v3648/Milk-Dairy-Soy-Food-Saudi-11169838/, aufgerufen am 18.12.2018.

Der Umsatz fiel im Jahr 2017 in vielen Kategorien (Joghurt, Käse, Butter und Sahne), aber beim Speiseeis sind Steigerungen verzeichnet.

Die generelle Nachfrage nach Bio-Produkten steigt in Saudi-Arabien, bedingt durch die jungen Generationen, die einen gesunden Lebensstil verfolgen. Noch ist der Umsatz gering, doch im Jahr 2018 brachte Arla Foods Amba die erste Bio-Milch auf den Markt, die die Aufmerksamkeit der Medien auf sich zog.[67] Insgesamt soll der Markt für Bioprodukte in den Golfstaaten 1,5 Mrd. USD im Jahre 2018 erreichen und damit seit 2009 jährlich um durchschnittlich 19,5 % gewachsen sein.[68]

Wegen der sinkenden Grundwasserressourcen ist abzusehen, dass die inländische Milchwirtschaft mittelfristig nicht in der Lage sein wird, die Nachfrage seitens ihrer Konsumenten durch die einheimische Produktion zu decken. Daher ist davon auszugehen, dass der Importanteil in Relation sowie bedingt durch ein hohes Bevölkerungswachstum von stetigem, sukzessive ansteigendem Wachstum gekennzeichnet sein wird. Saudische Unternehmen haben bereits begonnen, Ackerflächen im Ausland aufzukaufen oder zu pachten, da eine ausgelagerte Produktion aufgrund des geringeren Preisdrucks für Wasser in den Investitionsländern rentabler ist.

6.2.2 Lokale Marktbedingungen

Eine kleine Anzahl großer Unternehmen dominiert die Industrie vor Ort. Im Bereich Milch sind die Marktanteile im Jahre 2018 (nach Umsätzen) der großen Unternehmen wie folgt: Almarai (44,1 %), SADAFCO (31,6 %), AlSafi (8,5 %) und Nadec (7,5 %).[69]

Nadec hat sich im Oktober 2017 mit der Al Safi Danone Company zu einem Joint Venture zwischen der saudi-arabischen Al Faisaliah Group und der französischen Danone Group zusammengeschlossen.[70]

6.2.3 Importbestimmungen

Für Milchprodukte, wie alle Lebensmittel, gelten die Etikettierungsvorschriften der SASO (siehe Kapitel 7). Die Produkte müssen von der SFDA zertifiziert werden (siehe Kapitel 7). Auf Käse und Quark wird ein Zolltarif von 5 % erhoben.

---

[67] Euromonitor (2018): Drinking Milk Products in Saudi Arabia, unter https://www.euromonitor.com/drinking-milk-products-in-saudi-arabia/report, aufgerufen am 18.12.2018.

[68] Eyes of Riyadh (2018): World's largest organic dairy producer launches organic milk in Saudi Arabia, unter https://www.eyeofriyadh.com/news/details/world-s-largest-organic-dairy-producer-launches-organic-milk-in-saudi-arabia, aufgerufen am 18.12.2018.

[69] SADAFCO (2018): Corporate Presentation 2018, S.18, unter http://www.sadafco.com/sites/default/files/reports/sadafco_corporate_presentation_26jul18_abridged.pdf, aufgerufen am 18.12.2018.

[70] Mordor Intelligence (2017): Analysis of the Dairy sector in Saudi Arabia : Major Dairy with the Production, Consumption, Import and Export data and Trends (2016 - 2021), unter https://www.marketresearch.com/Mordor-Intelligence-LLP-v4018/Saudi-Arabian-Dairy-Segmented-Type-11529279/, aufgerufen am 18.12.2018.

6.2.4 Vertriebswege

Wie auch für Lebensmittel allgemein, sind die Vertriebswege für Milchprodukte in Saudi-Arabien sehr vielfältig. Hauptsächlich nutzen die Konsumenten Großverbrauchermärkte, Supermärkte und Bakalas für ihren Einkauf.

6.2.5 SWOT-Analyse

Tabelle 13: SWOT-Analyse Molkereiprodukte

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Großer Markt in Saudi-Arabien - Stabile wirtschaftliche Lage in Saudi-Arabien und Bahrain - Heterogene Bevölkerungszusammensetzung bedingt eine vielfältige Nachfragestruktur nach Milchprodukten	- Hohe Importkosten für Drittländer
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Vielversprechender Nischenmarkt - Relativ niedrige Selbstversorgungs-raten (insgesamt), die heimische Produktion kann die Nachfrage nicht in allen Bereichen decken - Ende 2015 kündigte die saudi-arabische Regierung an, den Anbau von Alfalfa bis Ende 2018 zu beenden. Dies wird die lokale Milchindustrie dazu zwingen Alfalfa zu importieren, zusätzliche Kosten einzugehen, und damit die operative Marge zu erhöhen[71]	- Hohe Investitionen in die heimische Milchwirtschaft in Saudi-Arabien sorgen langfristig für ausdifferenzierte und hochgradig intensive sowie produktive heimische Milchwirtschaften - Strenge staatlich regulierte Preispolitik erlaubt keine eigene Preissetzung

[71] Alpen Capital (2017): GCC Food report.

- Westlich geprägte Handelsformate setzen sich vermehrt durch und bieten gute Absatzchancen für ausländische Produkte - Milchprodukte (und Bioprodukte) profitieren von einem zunehmenden Gesundheits- und Wellnesstrend	

6.2.6 Chancen für deutsche Exporteure

Der Markt für Milchprodukte in Saudi-Arabien und Bahrain bietet deutschen Exporteuren gute Chancen. Vor allem innovative Produkte mit einem gesundheitsfördernden Image können bei der jungen Bevölkerung ankommen. In diesem Bereich könnten z. B. Bioprodukte und Produkte mit erhöhtem oder natürlich hohem Eiweißgehalt fallen.

6.3 Süßwaren

Saudi-Arabien exportierte im Jahr 2017 Zucker und Zuckerwaren im Wert von 377 Mio. SAR (886 tsd. t).[72] Diese verteilen sich auf die Produktkategorien wie folgt: Kaugummi 83 Mio. SAR (12,6 tsd. t), Tahini-Suessigkeiten 37 Mio. SAR (7,4 tsd. t), Nougat und Toffee 15 Mio. SAR (3,9 tsd. t), Bonbons 8 Mio. SAR (2,5 tsd. t), Süßwaren mit Fruchtgeschmack 10 Mio. SAR (0,7 tsd. t), Lakritz und Fruchtgummi 2 Mio. SAR (0,1 tsd. t) und andere Süßwaren 5 Mio. SAR (0,5 tsd. t).

Zudem exportierte Saudi-Arabien auch Süßwaren auf Schokoladenbasis im Wert von 59 Mio. SAR (2,4 tsd. t). Der Großteil dieser Exporte ging in die GCC Staaten, gefolgt von Staaten, die der Arabischen Liga angehören. Im Falle von Schokolade waren dies 57 % an die GCC Staaten und 42 % an die Staaten der Arabischen Liga.[73]

6.3.1 Verbrauchernachfrage

Der Markt für Süßwaren in Saudi-Arabien erfuhr 2011 – 2016 ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 4,2 % und profitiert von einem erhöhten Pro-Kopf-Einkommen und einer wachsenden Tendenz, Süßwaren zu verschenken.

[72] Central Authority for Statistics Saudi Arabia (2018): Export Statistics 2017, S.55, unter https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/exports_bulletin_2017.pdf, aufgerufen am 19.12.2018.
[73] Central Authority for Statistics Saudi Arabia (2018): Export Statistics 2017, S.55, unter https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/exports_bulletin_2017.pdf, aufgerufen am 19.12.2018.

Für die Jahre 2016 – 2021 ist ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 4,8 % vorausgesagt. Im Jahre 2021 soll der Markt 1,64 Mrd. USD wert sein.[74]

Schokolade bildet das größte Segment des Süßwarenmarktes mit einem Marktanteil von 55 %. [75] In den Jahren 2011 – 2016 erfuhr das Segment ein Wachstum von 3,8 %. In den Jahren 2016 – 2021 wird ein Wachstum von 4,4 % erwartet.[76] Händler haben aber im Jahre 2015 das Wachstum der typischen Schokoladengeschäfte in Saudi-Arabien auch schon weit optimistischer mit 14 % beziffert. Saudi-Arabien ist mit einem Marktanteil von 52 % der größte Konsument von Schokolade in der arabischen Welt.[77]

Zuckerwaren bilden mit einem Marktanteil von 24 % das zweitgrößte Segment.[78] In den Jahren 2011 – 2016 wuchs der Umsatz in diesem Segment um 4,8 %. Für die Jahre 2016 – 2021 wird ein Wachstum von 5,3 % vorausgesagt. Das drittgrößte Segment bildet Kaugummi mit einem Marktanteil von 21 %.[79] Dieses Segment konnte 2011 – 2016 den höchsten Zuwachs mit 5,3 % generieren, auch 2016 – 2021 soll dieser Trend mit 5,9 % anhalten.[80]

6.3.2 Lokale Marktbedingungen

In Saudi-Arabien wird die Dattelzucht professionell betrieben. Es gibt mindestens 4 verschiedene übergeordnete Dattelsorten, die in ihren jeweiligen Herkunftsregionen verarbeitet werden. Saudi-Arabien ist der größte Dattelexporteur der Welt. Das Produkt wird manchmal mit Nüssen, Honig oder Schokolade verfeinert. Verarbeitet findet die Dattel Verwendung in Keksen (Ma’amoul). Führend in der Produktion von Datteln ist die Etihad Salehia aus Riad. Außerhalb der Stadt betreibt sie in ausgetrockneten Flusstälern (Wadi) große Dattelfarmen.

Das Unternehmen Mars hat derweil eine neue Produktionsanlage in der King Abdullah Economic City in Betrieb genommen. Mars Saudi Arabia hat bereits Investitionen in Höhe von 60 Mio. USD getätigt und plant, weitere 150 Mio. USD über die nächsten 10 Jahre zu investieren. In der Süßwarensparte ist die Halwani Bros. Company eines der größten Unternehmen in Saudi-Arabien. Das Unternehmen stellt Marmelade her: die traditionelle Halwa (aus Sesampaste und Pistazien), Säfte und Eis. Einen zyklischen starken Anstieg von

---

[74] PR Newswire (2017): Top Growth Opportunities: Confectionery in Saudi Arabia , unter https://www.prnewswire.com/news-releases/top-growth-opportunities-confectionery-in-saudi-arabia-300535965.html, aufgerufen am 12.12.2018.
[75] Foodex Saudi (2018): Saudi Arabia confectionery market: $2.3 billion industry by 2018 – FOODEX, unter http://www.foodexsaudi.com/en/news/393, aufgerufen am 13.12.2018.
[76] PR Newswire (2017): Top Growth Opportunities: Confectionery in Saudi Arabia , unter https://www.prnewswire.com/news-releases/top-growth-opportunities-confectionery-in-saudi-arabia-300535965.html, aufgerufen am 12.12.2018.
[77] Arab News (17.07.2015): KSA with sweet tooth largest chocolate consumer in ME, unter http://www.arabnews.com/food-health/news/777736, aufgerufen am 18.12.2018.
[78] Foodex Saudi (2018): Saudi Arabia confectionery market: $2.3 billion industry by 2018 – FOODEX, unter http://www.foodexsaudi.com/en/news/393, aufgerufen am 13.12.2018.
[79] Ebd.
[80] PR Newswire (2017): Top Growth Opportunities: Confectionery in Saudi Arabia , unter https://www.prnewswire.com/news-releases/top-growth-opportunities-confectionery-in-saudi-arabia-300535965.html, aufgerufen am 12.12.2018.

Süßwarenumsätzen gibt es in Saudi-Arabien stets während des Ramadans und speziell vor den abschließenden Festtagen. 80 % der Jahresumsätze der charakteristischen arabischen Schokoladengeschäfte werden in dieser Zeit generiert.[81]

6.3.3 Importbestimmungen

Zusätzlich zu den allgemeinen Importbestimmungen (beschrieben in Kapitel 7) ist bei Schokolade besonders relevant, dass diese keinen Alkohol enthalten darf.

6.3.4 Vertriebswege

Die Vertriebswege sind die gleichen wie auch für Lebensmittel allgemein. Hauptsächlich nutzen die Konsumenten Großverbrauchermärkte, Supermärkte und Bakalas für ihren Einkauf. Im Jahre 2016 waren Hyper- und Supermärkte der größte Vertriebskanal für Süßwaren.[82] Es gibt allerdings eine große Anzahl von spezialisierten kleinen Geschäften, die hochwertige Schokolade anbieten (z. B. als Geschenkarrangements).

6.3.5 SWOT-Analyse

Tabelle 14: SWOT-Analyse Süßwaren

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Trotz des steigenden Gesundheitsbewusstseins bleibt der Konsum von Süßwaren in Saudi-Arabien auf einem hohen Niveau. Süßwaren, vor allem Schokolade, werden gerne verschenkt	- Hohe Markentreue der Konsumenten
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Spezialitäten wie Edel-, Bio-, vegane und Diätschokolade können den gesundheits- und trendbewussten Kunden ansprechen	- Das steigende Gesundheitsbewusstsein könnte den Konsum von Süßwaren mit der Zeit negativ beeinflussen

[81] Arab News (15.08.2014): With Eid holidays over, sweet sales slump, unter http://www.arabnews.com/news/616661, aufgerufen am 12.12.2018.
[82] PR Newswire (2017): Top Growth Opportunities: Confectionery in Saudi Arabia , unter https://www.prnewswire.com/news-releases/top-growth-opportunities-confectionery-in-saudi-arabia-300535965.html, aufgerufen am 12.12.2018.

6.3.6 Chancen für deutsche Exporteure

Der Markt für Süßwaren in Saudi-Arabien und Bahrain bietet deutschen Unternehmen gute Chancen. Vor allem neue innovative Produkte mit einem gesundheitsfördernden Image könnten bei den Kunden gut ankommen. Auch qualitativ sehr hochwertige Edelschokolade oder andere Süßwaren haben hohe Absatzchancen. Deutsche Produkte haben im Süßwarenbereich ein gutes Image und mehrere Hersteller sind bereits auf dem Markt vertreten.

6.4 Backwaren, Teigwaren, Cerealien

6.4.1 Verbrauchernachfrage

Saudi-arabische Konsumenten werden in ihrer Nachfrage nach Backwaren, Teigwaren, Cerealien immer differenzierter und viele möchten ihre Ernährung entsprechend ändern. Mit dem Wachstum von Lebensmitteln, für gesundheitsbewusste Konsumenten, steigt die Nachfrage nach Vollkornbrot, Backwaren mit reduziertem Zuckergehalt und glutenfreien Backwaren.[83] Es wird erwartet, dass der Verbrauch von Backwaren von 2016 – 2020 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 14 % ansteigt.[84] Für den bahrainischen Markt wird für den Prognosezeitraum 2017 – 2022 eine jährliche Wachstumsrate von 5,8 % erwartet.[85]

6.4.2 Lokale Marktbedingungen

Es wird geschätzt, dass Saudi-Arabien an 20. Stelle der weltweit größten Märkte für Backwaren steht. Der Umsatz mit Einzelhandelswerten belief sich im Jahr 2016 auf 5,11 Mrd. USD. In Saudi-Arabien herrschte ein schwerer Arbeitskräftemangel, als die Regierung das Nitaqat-Programm startete - eine Initiative, die die Unternehmen anregt saudische Staatsbürger einzustellen. Dies wirkte sich insbesondere auf die gesamte Einzelhandelslandschaft negativ aus, da viele der im Niedriglohn tätigen Expatriates aus den süd- und ostasiatischen Ländern das Land verlassen mussten. Insbesondere traditionelle Lebensmitteleinzelhändler und Bäckereien mussten in dieser Zeit einen Rückgang des Umsatzes hinnehmen. So fiel der Markt für Backwaren im weltweiten Vergleich von Platz 18 auf Platz 20.86

[83] Euromonitor International: Health and Wellness in Saudi Arabia (2016).
[84] Agriculture and Agri-Food Canada: Bakery Products in Saudi Arabia (2015).
[85] Mordor Intelligence: Bahrain Bakery Product Market - Growth, Trends and Forecasts (2017 – 2022) (2017).
[86] Euromonitor International: Bread, Cakes and Pastries: A Global Market Overview (2017).

Saudi-Arabien steht derzeit unter schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen. Das Pro-Kopf-BIP ist seit dem Jahr 2014 um mehr als 4.000 USD gesunken und wird voraussichtlich bis 2021 unverändert bleiben.

Es wird prognostiziert, dass die Altersgruppe zwischen 0 – 14 Jahren im Jahr 2021 über 9,2 Mio. Menschen erreichen wird, ein Wachstum von 100.000 Personen.[87] Demnach wird der Markt für Backwaren in Saudi-Arabien mit einer jährlichen Wachstumsrate von 8,2 % und einem geschätzten Umsatz von 8,7 Mrd. USD bis 2021 wachsen.

Tabelle 15: Vertriebsvolumen von Backwaren, Teigwaren und Cerealien in Saudi-Arabien (geschätzt)

Teilsektor	2018 in t	2019 in t	2020 in t	2021 in t	2018 – 2021 CAGR in %
Backwaren insgesamt	3.283,0	3.420,5	3.568,5	3.728,6	4,3
Backwaren	3.166,3	3.297,9	3.440,1	3.594,5	4,2
Teigwaren	93,9	98,0	101,9	105,5	4,3
Cerealien	22,8	24,6	26,5	28,6	7,8

Quelle: Euromonitor International, 2017, CAGR: Compound Annual Growth Rate [88]

Tabelle 16: Marktanteil der Top 5 Bäckereiunternehmen in Saudi-Arabien

Unternehmen	2012 in %	2013 in %	2014 in %	2015 in %	2016 in %
Almarai Co	2,4	2,6	3,0	3,1	3,2
Chipita SA	1,6	1,8	2,0	2,3	2,4
Mondelez	-	2,0	2,1	2,2	2,3
Switz Group,	2,0	2,0	2,0	2,1	2,1
Americana	2,1	2,1	2,0	2,0	2,0

Quelle: Euromonitor International, 2017[89]

Die Bäckereiproduktbranche in Saudi-Arabien wird von einem inländischen Marktteilnehmer, Almarai Co. Ltd., angeführt, der im Jahr 2016 einen Marktanteil von 3,2 % erreichte. Die 5 größten Backwarenunternehmen machen in Saudi-Arabien 12 % des gesamten Bäckereisektors aus. Die Hersteller sind bestrebt, die Produktion von Backwaren zu intensivieren: dies ist ein Zeichen dafür, dass die Backwarenbranche wächst und den deutschen Unternehmen mögliche Chancen eröffnen könnte.

[87] Agriculture and Agri-Food Canada: Bakery Products in Saudi Arabia (2017).
[88] Euromonitor International: Bread, Cakes and Pastries: A Global Market Overview (2017), http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/6881-eng.pdf
[89] Ebenda

Bäckereiprodukte mit Eigenmarken haben ihren Marktanteil in den letzten Jahren von 8 % im Jahr 2012, auf 8,5 % im Jahr 2016 erhöht. Sich verändernde Trends, einschließlich des erhöhten Bewusstseins für Gesundheitsprobleme, zeigen, dass gesunde und nachhaltige Produktkategorien, wie z. B. biologische Produkte erheblich wachsen werden.[90] Diese Kategorien können den deutschen Herstellern hervorragende Möglichkeiten für die Expansion in den saudi-arabischen Markt bieten.

Auf dem Markt für Backwaren in Bahrain wird für den Prognosezeitraum 2017 – 2022 mit einer jährlichen Wachstumsrate von 5,8 % gerechnet.[91] Bahrain ist eine hart umkämpfte, junge und schnell wachsende Nation. Es wird erwartet, dass das Geschäftsumfeld für die Backwarenbranche, insbesondere auch für gesunde Backwaren, im Prognosezeitraum wachsen wird.

Der bahrainische Bäckereisektor benötigt kein großes Kapital für die Produktion. Der Import von Rohstoffen ist jedoch eine Einschränkung, die die Margen verringern könnte. Der höchste Anteil der Backwaren ist auf den gestiegenen Verbrauch von verpackten Waren, wie verzehrfertigen Kuchen und Keksen, zurückzuführen. Nach dem Produkttyp kann der Markt für Bäckereiprodukte in Bahrain in Brot und Brötchen, Kekse, Kuchen, Gebäck und Puff (eine Art Blätterteig), Frühstückscerealien und andere Produkte unterteilt werden.

Der Markt wurde vom Segment Brote und Brötchen angeführt. Das Segment Frühstück-scerealien dürfte im Prognosezeitraum eine jährliche Wachstumsrate von 6,4 % aufweisen. Nach Vertriebskanälen wird im Hypermarkt voraussichtlich die höchste jährliche Wachstumsrate von 6,3 % im Prognosezeitraum erzielt.

Zu den Hauptakteuren auf dem Markt für Bäckereiprodukte in Bahrain zählen inländische und einige weltweit führende Akteure wie Mondelez International, Kelloggs, PepsiCo, Americana-Gruppe. Internationale Akteure konzentrieren sich auf die Stärkung ihrer Vertriebskanalnetze, um größere Anteile zu erkämpfen.[92]

6.4.3 Importbestimmungen

Bei Backwaren, Teigwaren und Cerealien gibt es keine besonderen Importbestimmungen. Es sollte bei der Produktion lediglich auf den Verzicht von Gelatine und Schlachtfett geachtet und den Halal-Richtlinien gefolgt werden.

---

[90] Euromonitor International: Saudi Arabia Country Profile (2016).
Euromonitor International: Health and Wellness in Saudi Arabia (2016).
[91] Mordor Intelligence: Bahrain Bakery Product Market - Growth, Trends and Forecasts (2017 – 2022) (2017).
[92] Research Cosmos: Bahrain Bakery Product Market Size and Forecasts 2023 (2018).

Die Nachfrage nach Gerste wird zukünftig entsprechend der Entwicklung der Weltmarktpreise für verschiedene Getreide fluktuieren. Dies liegt daran, dass der Staat Importsubventionen für Getreide zahlt, deren Höhe sich für die jeweiligen Getreidesorten an dem Eiweißgehalt derselben bemisst.

Da Gerste einen sehr niedrigen Eiweißgehalt aufweist, lohnt ihr Import nur, wenn die Weltmarktpreise für andere eiweißhaltige Getreide in einem Maße teurer sind, dass ihr Preis nach Abzug der Importsubvention den Preis der weniger subventionierten Gerste übersteigt.[93]

6.4.4 Vertriebswege

Wie auch für Lebensmittel allgemein, sind die Vertriebswege für Backwaren, Teigwaren und Cerealien in Saudi-Arabien und Bahrain sehr vielfältig. Hauptsächlich nutzen die Konsumenten Großverbrauchermärkte, Supermärkte und Bakalas für ihren Einkauf. Es herrscht eine starke Fragmentierung des Lebensmitteleinzelhandels. Trotz des steigenden Einflusses von Supermärkten in Saudi-Arabien stellen Bakalas einen wichtigen Vertriebsweg für Lebensmittel im Land dar. Im Jahr 2015 hatten sie mit ihren Verkäufen einen Marktanteil von über 52 % des gesamten Lebensmittelumsatzes. Supermärkte und Hypermärkte nehmen dagegen ca. 35 % des Marktes ein.[94]

[93] United States Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service: Saudi Arabia: Grain and Feed Annual (2018).
[94] PRNewswire: Top growth opportunities dairy soy food-in-Saudi Arabia: https://www.prnewswire.com/news-releases/top-growth-opportunities-dairy--soy-food-in-saudi-arabia-300483057.html, aufgerufen 15.12.2018 (2017).

6.4.5 SWOT-Analyse

Tabelle 17: SWOT-Analyse Backwaren, Teigwaren, Cerealien

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Großer Markt in Saudi-Arabien - Stabile wirtschaftliche Lage in Saudi- Arabien und Bahrain - Nachfrage nach Bioprodukten und gesünderen Backwaren steigt	- Hohe Importkosten für Drittländer
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Vielversprechender Nischenmarkt - Relativ niedrige Selbstversorgungsraten (insgesamt), die heimische Produktion kann die Nachfrage nicht in allen Bereichen decken - Westlich geprägte Handelsformate setzen sich vermehrt durch und bieten gute Absatzchancen für ausländische Produkte	- Strenge staatlich regulierte Preispolitik erlaubt keine eigene Preissetzung

6.4.6 Chancen für deutsche Exporteure

Es wird erwartet, dass der Markt für Backwaren in Saudi-Arabien in den nächsten 5 Jahren weiter wächst (s. Tabelle 11 in Kapitel 6.4.2) und möglicherweise zu einem großen Exportmarkt insbesondere für deutsche Bioprodukte werden könnte.

Mehl ist der Hauptbestandteil von Backwaren, und die Getreideerzeuger könnten sich darauf konzentrieren, ihren Export von Weizenmehl nach Saudi-Arabien zu steigern.

Verarbeitende Nahrungsmittelproduzenten könnten von erhöhten Exporten von abgepacktem Getreide nach Saudi-Arabien profitieren, da der Getreidesektor in den nächsten Jahren voraussichtlich erheblich wachsen wird. In Bahrain steigt die Nachfrage an Backwaren parallel mit der wachsenden Bevölkerung. Da es in Bahrain eine große Anzahl von westlichen Expatriates gibt, ist der Bedarf bzw. die Nachfrage an Backwaren aus Europa sehr hoch. Hier könnten wiederrum deutsche Backwaren und Bioprodukte in den Markt einsteigen.

Vielmehr ist es für Bäckereien möglich, durch lokale Franchise Partner in Saudi-Arabien oder Bahrain aktiv zu werden. Im Februar 2016 eröffneten die ersten Kamps Standorte mit dem Namen "Kamps - The German Bäckerei" in Saudi-Arabien (Riad, Dschidda und Dhahran).

6.5 Getränke

6.5.1 Verbrauchernachfrage

Im Jahr 2011 wurden etwa zwei Drittel aller im Nahen Osten konsumierten Getränke in Saudi-Arabien verkauft. Es gibt 231 Unternehmen aus dem Getränkesektor in der GCC-Region. Etwa die Hälfte davon ist in Saudi-Arabien ansässig. Die Marktanteile von Getränken waren im Jahre 2013 (nach Umsatz) wie folgt:[95]

- Softdrinks (3.417 Mio. USD)
- Saft (1.208 Mio. USD)
- In Flaschen abgefülltes Wasser (1.064 Mio. USD)
- Kohlensäurehaltige Erfrischungsgetränke (745,5 Mio. USD)
- Laban (288,7 Mio. USD)
- Energy Drinks (111,7 Mio. USD)

Der Getränke- und Säfte-Konsum in Saudi-Arabien steigt kontinuierlich an und erreicht eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von etwa 8,0 %. Beliebt sind im Markt recht neue Getränke wie Malzbier (ungesüßt und mit verschiedenen Aromen versetzt), Energydrinks und aromatisierte Milchgetränke. Diese neuen Getränke werden noch vornehmlich von Ausländern konsumiert. Einheimische trinken häufiger die traditionellen Getränke: Kaffee und Laban. Der Trend geht in Richtung kalte Getränke. Heiße Getränke verlieren zunehmend an Marktanteil, wobei jedoch die saudi-arabische Bevölkerung nach wie vor zu den heißen Getränken neigt.[96]

Derzeit ist das Königreich Saudi-Arabien der größte Konsument von Tee in der Golf-Region und der zweitgrößte im Nahen und Mittleren Osten. Lediglich in Ägypten wird mehr Tee konsumiert. Tee ist nach Wasser das meistkonsumierte Getränk in Saudi-Arabien. Tee ist, wie auch Kaffee, kulturell verankert und wird zu bestimmten festlichen Anlässen gereicht und ist ein fester Bestandteil der täglichen Trinkgewohnheiten. Besonders beliebt ist hierbei grüner Tee, der 25,6 % des Konsums ausmacht. Der erwartete Konsum von schwarzem Tee für das Jahr 2016 liegt bei 22.700 t. In den Jahren 2004 – 2009 ist der jährliche Konsum von Tee durchschnittlich um 5,2 % gestiegen und für das Jahr 2016 wird ein Anstieg von 6,55 %

[95] Farrelly & Mitchell (2015): Saudi Soft Drinks Market Continues to Fizz, unter https://farrellymitchell.com/wp-content/uploads/2015/01/Insights-January-2015-.pdf, aufgerufen am 18.12.2018.
[96] Arabian Gazette (2013): Beverage Market in Saudi Arabia Thriving, unter http://www.arabiangazette.com/beverage-market-saudi-arabia-thriving-20130407/, aufgerufen am 17.12.2018.

erwartet. Aber nicht nur konventioneller Tee ist in Saudi-Arabien populär. Für eine junge und gesundheitsbewusste Bevölkerung wird Eistee als Ersatz für zuckerhaltige Soft-Drinks immer interessanter. Seit 2008 ist der Konsum von Eistee um 64 % gestiegen, mit der Erwartung, dass sich bis zum Jahr 2018 der Konsum mehr als verdoppelt.

Der Handelswert für Heißgetränke in Saudi-Arabien liegt bei 624 Mio. USD, wobei 306 Mio. auf Tee und 294 Mio. auf Kaffee entfallen. Der Kaffeekonsum liegt nur etwas unter dem Teekonsum. Das erwartete Wachstum für den Kaffeemarkt liegt derzeit bei 2,38 %. Damit bietet der saudi-arabische Markt besonders für Tee hervorragende Chancen, wobei Kaffee, trotz seiner deutlich schwächeren Wachstumsprognose, auf Grund seines bestehenden hohen Marktanteils nicht außer Acht gelassen werden sollte.

6.5.2 Lokale Marktbedingungen

Trotz des Anstieges der inländischen Produktion und des Verkaufs, wird der Markt für Soft-Drinks auch weiterhin von ausländischen Importen dominiert bleiben. Ausnahmen bilden die Milch- und teilweise auch die Saftindustrie sowie der Markt für Energy Drinks. Für Energy Drinks gibt es immer wieder hohe Auflagen. In öffentlichen Gebäuden dürfen Energy Drinks nicht mehr verkauft werden, genauso gilt ein generelles Werbeverbot, welches Sponsoring bei Sportveranstaltungen etc. beinhaltet.

Seit Juni 2017 werden in Saudi-Arabien Softdrinks mit 50 % besteuert, sowie Energy Drinks mit 100 %. Diese Steuern wurden eingeführt, um den Konsum von zuckerhaltigen Getränken zu beschränken.[97] Diese Steuer betrifft zuckerhaltige, kohlensäurehaltige Getränke und differenziert nicht zwischen Fruchtzucker und normalem Zucker. Somit trifft sie z. B. auch auf Saftschorle zu.

Die lokale Getränkeindustrie wächst weiter. So gibt es 90 lizensierte Fabriken für Soft-Drinks und knapp die Hälfte davon produziert in Flaschen abgefülltes Wasser. Einer der regionalen Marktführer ist PepsiCo. Pepsi war auch im Jahr 2013 das beliebteste Softgetränk.[98] Der Trend zu gesünderem Essen und Trinken könnte laut Branchenexperten zu einem Rückgang in der Nachfrage bei kohlensäurehaltigen Erfrischungsgetränken führen. Abgepacktes Wasser ist ungemindert das beliebteste Getränk. Zwar ist es offiziell unbedenklich Leitungswasser zu konsumieren, jedoch wird Wasser üblicherweise in Wassertanks auf den Dächern der Häuser gelagert. Bei mangelhafter Reinigung und Instandhaltung der Behälter verkeimt das Wasser

[97] Reuters (28.05.2017): Saudi to impose tobacco, sugary drinks tax on June 10, unter https://www.reuters.com/article/us-saudi-tax-idUSKBN18O0OA, aufgerufen am 17.12.2018.
[98] Euromonitor (2018): Soft Drinks in Saudi Arabia, unter http://www.euromonitor.com/soft-drinks-in-saudi-arabia/report, aufgerufen am 18.12.2018.

schnell und wird damit ungenießbar. Dahingegen wird abgekochtes Leitungswasser weitläufig verwendet.

6.5.3 Importbestimmungen

Zusätzlich zu den allgemeinen Importbestimmungen (beschrieben in Kapitel 7) ist es bei Getränken wichtig, dass in Saudi-Arabien Alkohol streng verboten ist, und Getränke keinen Alkohol enthalten dürfen. In Bahrain ist die Einfuhr von Alkohol dagegen erlaubt, aber an Auflagen gebunden.

6.5.4 Vertriebswege

Auch für Getränke sind die Vertriebswege in Saudi-Arabien wie bereits in den vorangegangenen Produktgruppen beschrieben sehr vielfältig, und die Konsumenten nutzen Großverbrauchermärkte, Supermärkte und Bakalas für ihren Getränkeeinkauf.

6.5.5 SWOT-Analyse

Tabelle 18: SWOT-Analyse Getränke [99,100]

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
- Saudi-Arabien ist der größte Markt für Getränke in der Golfregion - Pro-Kopf-Verbrauch von Erfrischungsgetränken ist hoch	- Die saudischen Konsumenten sind markentreu - Reputation ist wichtig, um sich im Markt durchzusetzen
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Hohes Bevölkerungswachstum und Nachfrage nach innovativen Produkten - Gesundheitsbedenken in der Bevölkerung bewegen Konsumenten, Produkte mit hohem Zuckergehalt durch nahrhaftere und gesündere Alternativen zu ersetzen	- Hoher Wettbewerb durch lokale Marken - Starke staatliche Kontrolle von Erfrischungsgetränken und Zuckergehalten könnte die Nachfrage nach Erfrischungsgetränken schmälern

[99] European Union (2017): The Food and Beverage Market Entry Handbook:Saudi Arabia Europe Report 2017
[100] Irish Food Board (2016): The dynamic soft drinks sub-sector takes centre stage in alcohol-free Saudi Arabia , unter https://www.bordbia.ie/industry/manufacturers/insight/alerts/pages/thedynamicsoftdrinkssubsectortakescentrestageinalcoholfreesaudiarabia.aspx, aufgerufen am 16.12.2018.

6.5.6 Chancen für deutsche Exporteure

Für deutsche Exporteure bietet vor allem Saudi-Arabien als der größte Markt für Getränke in den GCC-Staaten große Chancen. Eine wachsende Nachfrage kann vor allem für innovative Getränke wie zum Beispiel Eistees und alkoholfreies Bier erwartet werden. Besonders gute Chancen haben Produkte die dem Konsumenten ein gesundheitsförderndes Bild vermitteln.

6.6 Obst und Gemüse

6.6.1 Verbrauchernachfrage

Die Hauptnahrungsquellen in Saudi-Arabien sind Fleisch, Milchprodukte und Getreide. Mit steigendem Einkommen und steigenden Einfuhren verschiedener Gemüsesorten, wurde in den letzten Jahrzehnten eine Ernährungsumstellung vom traditionell niedrigen Gemüsekonsum zu einem höheren Gemüsekonsum beobachtet.
Das saudi-arabische Gemüsemarktvolumen wurde im Jahr 2017 auf 1,12 Mrd. USD geschätzt und dürfte im Prognosezeitraum (2018 – 2023) eine jährliche Wachstumsrate von 4,7 % aufweisen. Der saudi-arabische Obstmarkt hatte 2017 einen Wert von 3,4 Mrd. USD und dürfte im Prognosezeitraum (2018 – 2023) eine jährliche Wachstumsrate von 4,1 % aufweisen.[101]

Die zunehmende Präsenz von Supermärkten und Verbrauchermärkten hat der saudischen Bevölkerung den Zugang zu hochwertigem Obst und Gemüse verbessert. Da viele dieser Einzelhändler Strategien anwenden, einschließlich optimaler Preisstrategien, um den Markt zu erobern, steigt die Nachfrage der Verbraucher. Die städtische Bevölkerung wird allmählich markenbewusst und ist an der Herkunft und Art der verzehrten Lebensmittel interessiert. Die hohe Anzahl an übergewichtigen Personen und die Strategie des saudischen als auch bahrainischen Gesundheitsministeriums, die Bevölkerung zur gesunden Ernährung zu bewegen, führt dazu, dass das größte wachsende Segment in der Lebensmittelindustrie Gemüse ist.[102]

Da Saudi-Arabien und Bahrain in hohem Maße von Importen abhängig sind, sind sie internationalen Preisschwankungen ausgesetzt. Saudi-Arabien ist zudem ein Mittelpunkt des islamischen Glaubens und wird regelmäßig von Menschen aus allen Teilen der Welt besucht. Während des Monats "Ramadan" werden die Produkte, insbesondere Obst und Gemüse, aufgrund der hohen Nachfrage und des begrenzten Angebots zu 3 – 4-fachen Preisen angeboten.

[101] Mordor Intelligence: Saudi Arabia fruits and Vegetables Market – Segmented by Fruits and vegetables - Growth, Trends, and Forecast (2018 - 2023) (2018).
[102] Eurofresh Distribution, unter https://www.eurofresh-distribution.com/news/saudi-arabia-biggest-consumer-region, aufgerufen 14.12.2018.

6.6.2 Lokale Marktbedingungen

Im Hinblick auf Obst und Gemüse sind beide Länder auf Importe aus anderen Ländern angewiesen, um die Inlandsnachfrage zu bedienen. Getrieben durch ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein der saudischen Verbraucher und unterstützt durch Werbemaßnahmen auf Unternehmensebene steigt der Konsum von Gemüse und Obst in Saudi-Arabien mit einer jährlichen Wachstumsrate von 4,7 % bei Gemüse und 4,1 % bei Obst. Im Jahr 2016 wurden Schalen- und Trockenfrüchte im Wert von ca. 500.000 Euro von Deutschland nach Saudi-Arabien exportiert. Im Jahr 2017 sank dieser Wert auf ca. 300.000 Euro.

Einer der größten Importeure des Königreichs ist Hussain & Mohammed A Al-Shaikh Trading Est. Das Unternehmen bezieht momentan Früchte aus der Türkei, Jordanien, Ägypten, Syrien, Indien, China, Sri Lanka, Kenia und dem Libanon. Das Unternehmen importiert eine große Bandbreite von Obst und Gemüse und ist speziell als Importeur und Händler von Kartoffeln führend.[103]

Tabelle 19: Obst & Gemüse Markt 2017 – 2023 in Saudi-Arabien

Marktgröße in 2017	Gemüse - 1.122.972,2 USD Früchte - 3.400.623,4 USD
Erwartete Marktgröße in 2023	Gemüse - 1.472.098,3 USD Früchte - 4.316.236,5 USD
Wachstumsrate	Gemüse - 4,7 % Früchte - 4,1 %

Quelle: Mordor Intelligence, März 2018[104]

Die Landwirtschaft in Bahrain ist historisch gesehen ein wichtiger Wirtschaftszweig. Vor der Entwicklung der Erdölindustrie dominierte der Dattelpalmenanbau, der ausreichend Datteln sowohl für den Inlandsverbrauch als auch für den Export produzierte. Mindestens 23 Sorten von Datteln werden auch jetzt noch angebaut, und auch die Blätter, Äste, Knospen und Blüten der Dattelpalme werden intensiv genutzt. Wasserengpässe und die Nichtverfügbarkeit landwirtschaftlicher Flächen sind die größten Hemmnisse bei der Pflanzenproduktion in Bahrain. Mangels Wasserressourcen wird in Bahrain kein Getreide produziert. Hydroponische Systeme werden in Bahrain immer beliebter. Die Unternehmen nutzen diese auch für die Gemüse- und Obstproduktion, da für diesen Prozess weniger Wasser und kein Land oder Boden benötigt wird.[105]

[103] Hussain & Mohammed A Al-Shaikh Trading Est., unter http://www.hmasfruit.com/companyprofile.aspx, aufgerufen 18.12.2018.
[104] Mordor Intelligence: Saudi Arabia fruits and Vegetables Market – Segmented by Fruits and vegetables - Growth, Trends, and Forecast (2018 - 2023) (2018).
[105] Mordor Intelligence: Fruits and Vegetables industry in Bahrain: Analysis of consumption and production trends of Fruits and Vegetables (2017 - 2022) (2017).

Große Exporteure wie Russland, die Ukraine, Indien usw. stoppten im Jahr 2007 die Exporte von Nahrungsmitteln, was zu einer Krise führte und was Bahrain dazu zwang, Obst und Gemüse zu einem sehr hohen Preis zu importieren. Bevölkerungswachstum und Zukunftsaussichten in der Lebensmittelindustrie sind Gründe für einen Anstieg des Konsums.

6.6.3 Importbestimmungen

Die Produkte müssen nach amtlichen Verfahren geprüft werden. Sie müssen mit einem Pflanzengesundheitszeugnis als „frei von Quarantäneschädlingen“ bescheinigt werden.

6.6.4 Vertriebswege

Bei Obst und Gemüse sind die Vertriebswege in Saudi-Arabien und Bahrain ebenso wie für alle vorgenannten Produktgruppen sehr vielfältig und sind hauptsächlich Großverbraucher-märkte, Supermärkte und Bakalas.

6.6.5. SWOT-Analyse

Strengths (Stärken)	**Weaknesses (Schwächen)**
- Großer Markt in Saudi-Arabien - Stabile wirtschaftliche Lage in - Saudi-Arabien und Bahrain Steigendes Ernährungsbewusstsein erhöht die Nachfrage an Obst und Gemüse	- Hohe Importkosten für Drittländer - Durchgehende Kühlung muss sichergestellt werden und ist mit hohen Kosten verbunden
Opportunities (Chancen)	**Threats (Risiken)**
- Vielversprechender Nischenmarkt - Relativ niedrige Selbstversorgungs-raten in allen Bereichen - Westlich geprägte Handelsformate setzen sich vermehrt durch und bieten gute Absatzchancen für ausländische Produkte - Obst und Gemüse profitieren von einem steigenden Gesundheits- und Wellnesstrend Hohe Nachfrage an hochwertigen, exotischen Früchten	- Wasserengpässe und die Nichtverfügbarkeit landwirtschaftlicher Flächen - Strenge staatlich regulierte Preispolitik erlaubt keine eigene Preissetzung - Der zunehmende Salzgehalt des Grundwassers und die rauen klimatischen Bedingungen sind die größten Herausforderungen für den Obst- und Gemüsemarkt

6.6.6 Chancen für deutsche Exporteure

Für deutsche Unternehmen bietet sich z. B. die Möglichkeit, Obst und Gemüse direkt an saudi-arabische und bahrainische Supermärkte zu liefern. Die größte potentielle Käuferschicht für generell teurere deutsche Schalen- und Trockenfrüchte ist die wachsende Gruppe der westlichen Ausländer, die speziell in Riad, in der Ostprovinz, in Dschidda als auch in Bahrain angesiedelt ist. Die meisten der landesweit operierenden Supermarktketten haben ihre Hauptgeschäftssitze in Riad, eine geringere Anzahl ist in Dschidda ansässig. Die für die westliche Käuferschicht wichtigste Kette Tamimi Hypermarkets hat ihren Hauptgeschäftssitz in Dammam in der Ostprovinz.

7. Regelungen zum Import

7.1 Importbedingungen und -voraussetzungen / Importabwicklung

Für den Import von Nahrungsmitteln nach Saudi-Arabien gilt: Importeure müssen bei der Saudi Food and Drug Authority (SFDA) gemeldet sein und ihre Produkte registriert haben. Zudem muss der Importeur im Handelsregister eingetragen sein. Der Wortlaut des Handelsregistereintrages muss explizit „Nahrungsmittelhandel" (Food Trade) ausdrücken.[106]

Für die Lieferung von Waren nach Saudi-Arabien ist aus juristischer Sicht kein lokaler Handelsvertreter notwendig (auch wenn dies aus praktischen Gründen in der Regel angeraten ist).[107]

Importierte Nahrungsmittel müssen den saudi-arabischen Nahrungsmittelvorschriften entsprechen. Handelsrechnungen müssen von einer deutschen Industrie- und Handelskammer beglaubigt sein, und Ursprungszeugnisse sowie Halal-Zertifikate müssen vorgelegt werden. Zusätzliche Anforderungen bestehen für die Einfuhr von Sonderkost, neuartige Lebensmittel, gentechnisch veränderte Lebensmittel und Säuglingsmilchnahrungen.[108]

Für Fleisch und Geflügel sowohl auch für Lebensmittel mit Inhaltsstoffen tierischen Ursprungs (z. B. Gelatine) muss ein Halal-Zertifikat im Original vorgelegt werden. Ansprechpartner für die Halal-Zertifizierung ist der Zentralrat der Muslime in Deutschland, das Mannheimer Institut für Integration und interreligiösen Dialog, das islamische Zentrum in München sowie Halal-Control. Auch wenn kein Zertifikat für ein bestimmtes Produkt explizit verlangt wird, erhöht ein Halal-Siegel die Akzeptanz unter muslimischen Kunden.

In Saudi-Arabien und Bahrain ist die Einfuhr von Schweinen und Schweinefleischprodukten, Nahrungsmitteln bei denen Tierblut als Zutat zum Einsatz kommt sowie Süßwaren in Form von Zigaretten verboten.

In Saudi-Arabien ist die Einfuhr von Alkohol und Lebensmitteln, die Alkohol enthalten, verboten. In Bahrain dürfen dagegen lizenzierte Importeure Alkohol einführen.

Für Produkte israelischen Ursprungs gilt in beiden Ländern ein Einfuhrverbot.

---

[106] GTAI: „Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren – Saudi-Arabien“, 08.08.2017, unter https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Recht-Zoll/Zoll/merkblaetter,t=merkblatt-ueber-gewerbliche-wareneinfuhren--saudiarabien,did=1765138.html, aufgerufen am 18.12.2018.
[107] Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen: „Business & Legal Guide Saudi-Arabien“, 2018.
[108] GTAI: „Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren – Saudi-Arabien“, 08.08.2017, unter https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Recht-Zoll/Zoll/merkblaetter,t=merkblatt-ueber-gewerbliche-wareneinfuhren--saudiarabien,did=1765138.html, aufgerufen am 18.12.2018.

7. Regelungen zum Import

Für in die Golf-Staaten eingeführte Lebensmittel gilt grundsätzlich ein Zertifizierungsvorbehalt. Saudi-Arabien ist das einflussreichste Mitglied unter den GCC-Ländern. Als Gruppe treibt die GCC weiterhin die Bemühungen voran, gemeinsame Lebensmittelstandards einzuführen.

Die Saudi-Arabian Standards Organization (SASO) ist die führende Agentur für die Definition von Standards in der ganzen GCC-Region. Im Juni 2011 hat die SASO die Zuständigkeit für das Festsetzen von Standards bei Lebensmitteln und Futter an die SFDA abgetreten. Die saudi-arabischen Standards basieren zumeist auf dem Codex-Alimentarius und sind ferner eng an westliche und internationale Standards angelehnt; diese entsprechen größtenteils den ISO-Vorschriften. Die Aufgabe der SFDA ist es, die Sicherheit und Qualität von Lebensmitteln zu gewährleisten.

Lebensmitteleinfuhren werden an den Einfuhrstellen von SFDA-Kontrolleuren überprüft. Stimmt die Ware mit den saudi-arabischen oder entsprechenden GCC-Standards überein, wird sie abgefertigt.

Vor dem Export sollte immer geklärt werden, ob das gewählte deutsche Zertifizierungsunternehmen eine gültige Akkreditierung der GSO (GCC Standardization Organization) besitzt, da bei Einfuhr grundsätzlich nur Zertifikate von akkreditierten Unternehmen akzeptiert werden.

Pflanzen und Pflanzenprodukte bedürfen bei der Einfuhr nach Saudi-Arabien der Vorlage eines im Ursprungsland der Ware offiziell ausgestellten Pflanzengesundheitszeugnisses.

Anders als in Saudi-Arabien ist für die gewerbliche Wareneinfuhr in Bahrain eine Registrierung (Commercial Registration) beim Handelsministerium (Ministry of Industry and Commerce, http://www.moic.gov.bh/En/Pages/Home.aspx), notwendig. Ferner müssen sich juristische Personen ins Unternehmensregister eintragen lassen und Mitglied bei der Industrie- und Handelskammer Bahrains sein (Bahrain Chamber of Commerce and Industry, http://www.bcci.bh/en).[109]

Vor der Einfuhr von Lebensmitteln in Bahrain müssen bestimmte Genehmigungen eingeholt und Registrierungen vorgenommen werden. Für den Import von Lebensmitteln sind die folgenden Zertifikate erforderlich[110]:

[109] GTAI: „Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren – Bahrain“, 18.11.2016, unter https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Recht-Zoll/Zoll/merkblaetter,t=merkblatt-ueber-gewerbliche-wareneinfuhren--bahrain,did=1582078.html, aufgerufen am 18.12.2018.
[110] Kingdom of Bahrain – Ministry of Interior – Customs Affairs: „Customs Procedures”, unter http://www.bahraincustoms.gov.bh/page.php?SID=WTBkR2JscFVNREZOZVZwMFVGUlpQUT09, aufgerufen am 19.12.2018.

- Fleisch und Fleischprodukte, Fisch und Meeresfrüchte, Früchte und Gemüse: „No Objection Certificate“, ausgestellt durch das Landwirtschaftsministerium (Ministry of Municipalities & Agriculture Affairs, http://websrv.municipality.gov.bh).
- Lebensmittel (verarbeitet und unverarbeitet): Erlaubnis („Permission“) des Gesundheitsministeriums (Ministry of Health). Die Website des Ministeriums kann hier eingesehen werden: http://moh.gov.bh.

Grundsätzlich werden alle Lebensmittelsendungen vor dem Import kontrolliert, um die Einhaltung der Vorschriften hinsichtlich der Qualität und der Konformität mit den Normen Bahrains zu überprüfen. Die für Bahrain zuständige Behörde ist das Gesundheitsministerium (Ministry of Health, http://www.moh.gov.bh).

Bei der Einfuhr von Lebensmitteln sind im Allgemeinen die folgenden Warenbegleitpapiere vorzulegen:

- Gesundheitszeugnis im Original, ausgestellt von einer staatlichen Gesundheitsbehörde im Ursprungsland der Ware,
- Packliste,
- Halal-Zertifikate für Fleisch, Geflügel und Waren daraus.

Im Falle von Epidemien können zusätzliche Zertifikate verlangt werden, z. B. ein Dioxin-Zertifikat.[111]

7.2 Verfahrensablauf

Die Angaben in diesem Kapitel basieren auf dem Business & Legal Guide Saudi-Arabien, der durch die Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen (AHK Saudi-Arabien) herausgegeben wurde.[112]

Die Beglaubigung von Frachtdokumenten (Frachtbrief, Versandlisten, etc.) ist entbehrlich. Alle Dokumente sind zu unterschreiben und im Original vorzulegen. Von jedem Originaldokument sind mindestens 2 Kopien erforderlich:

- Die *Handelsrechnung (Commercial Invoice)* sollte möglichst auf Englisch ausgestellt werden. In der Regel werden von ihr mindestens 5 Kopien verlangt, wovon 3 durch die deutsche Industrie- und Handelskammer (IHK) beglaubigt und 2 vom saudi-arabischen Konsulat beglaubigt sein müssen. 3 weitere Ausfertigungen müssen in

[111] GTAI: „Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren – Bahrain“, 18.11.2016, unter https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Recht-Zoll/Zoll/merkblaetter,t=merkblatt-ueber-gewerbliche-wareneinfuhren--bahrain,did=1582078.html, aufgerufen am 18.12.2018
[112] Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen: „Business & Legal Guide Saudi-Arabien“, 2018.

arabischer Sprache vorliegen. Inhalt muss sein: Ort und Datum der Ausstellung, Name und Anschrift des Lieferanten und des Abnehmers, Verschiffungshafen/Versandort, Bestimmungshafen bzw. -ort, Name und Abgangsdatum des Transportunternehmens, sowie Bezeichnung des Schiffes bzw. Fluges, Marke, Nummern, Anzahl und Art der Packstücke, Brutto- und Nettogewicht, genaue Warenbezeichnung und H.S.-Zolltarifnummer, Liefer- (bei Verkauf auf cif-Basis müssen die Kosten für Fracht und Versicherung gesondert ausgewiesen werden) und Zahlungsbedingungen, Verkaufswert und Rabattsätze; ggf. Akkreditivnummer und Ursprungsland (Federal Republic of Germany - European Union[113]).

- Vom *Ursprungszeugnis (Certificate of Origin)* müssen regelmäßig 5, mindestens jedoch 2 von der IHK beglaubigte und dem saudi-arabischen Konsulat beglaubigte, Kopien eingereicht werden. Auf der Rückseite ist zu erklären: "We hereby declare that the mentioned merchandise[114] is being exported on our own account. The goods are of pure German origin". Stammt die Ware aus einem ausländischen Ursprungsland, muss das Ursprungszeugnis eine Herstellererklärung enthalten. Auf der Rückseite des Ursprungszeugnisses sind dann Name und Anschrift des Herstellers zu nennen. Soweit der Importeur eine separate Herstellererklärung fordert, ist auf Firmenbogen unter Bezugnahme auf die Rechnung zu erklären, von wem die Ware hergestellt worden ist. Im Feld Nr. 2 des Ursprungszeugnisses muss der Empfänger in Saudi-Arabien angegeben sein. Für den Fall, dass die Ware nicht direkt nach Saudi-Arabien geliefert wird, muss im Feld Nr. 5 die Adresse in Saudi-Arabien angegeben werden. Im Feld Nr. 3 des Ursprungszeugnisses muss das Herstellerland bzw. die Herstellerländer namentlich angegeben sein. Im Feld Nr. 4 des Ursprungszeugnisses müssen Angaben über die Beförderungsart vermerkt werden (Luft-, Seefracht oder Straßentransport).

- *Konnossement bzw. Frachtbrief* müssen inhaltlich mit der Handelsrechnung und den Angaben auf den Containern übereinstimmen und Beschreibung, Wert, Brutto- und Nettogewicht der Güter, Größe und Maße, Warenkennzeichen, Name und Adresse des saudi-arabischen Importeurs und des Absenders, Reederei, Name des Schiffes, Verschiffungsdatum, Ausgangs- und Ankunftshafen und ggf. vollständige Warenbeschreibung mit Versandliste (bill of lading) enthalten.

- *Frachtpacklisten* sind zweckmäßigerweise jeder Sendung beizufügen. Enthalten sein sollte jedes einzelne Packstück mit Marke, Nummer, Brutto- und Nettogewicht,

[113] „European Union" ist als Ursprungsbezeichnung nicht ausreichend
[114] Bei Lebensmitteln wird mercahndise durch „foodstuff" ersetzt

Außenmaßen sowie Inhalt. Spezielle Einzelheiten sollten mit dem Importeur abgesprochen werden.

Legalisiert werden Originaldokumente, Durchschriften oder Kopien, jedoch muss jedes Exemplar einzeln original vorbeglaubigt sein. Fotokopierte Beglaubigungen werden auf keinen Fall legalisiert. Die Einreichung sollte möglichst frühzeitig erfolgen, da mit einer Bearbeitungsdauer von mehreren Tagen zu rechnen ist.

Zusammenfassend gilt für die Erfordernisse an Dokumente:
Ursprungszeugnis und Handelsrechnung müssen wie folgt bescheinigt/beglaubigt werden:

1. Bescheinigung durch die regional zuständige deutsche IHK
2. Legalisation durch die Botschaft des Königreichs Saudi-Arabien

*Verträge und andere Dokumen*te müssen wie folgt beglaubigt werden:

1. Beglaubigung durch einen deutschen Notar
2. Beglaubigung durch den Präsidenten beim für den Notar örtlich zuständigen Landgericht
3. Beglaubigung durch das Bundesverwaltungsamt
4. Legalisation durch die Botschaft des Königreichs Saudi-Arabien

Insbesondere müssen nachfolgende, bei der saudi-arabischen Botschaft erhältliche, Dokumente von einem deutschen Notar beglaubigt sein: Appended Declaration to Certificate of Origin (erforderlich, wenn im Ursprungszeugnis mehrere Ursprungsländer angegeben sind), Appended Declaration to Insurance Company (erforderlich, wenn eine Versicherungspolice zu legalisieren ist), Appended Declaration to Bill of Lading (erforderlich, wenn ausnahmsweise ein Frachtbrief zu legalisieren ist).

7.3 Zollverfahren und Zollsätze

Saudi-Arabien und Bahrain sind Mitglieder der *GCC Customs Union.* Der Außenzollsatz beträgt für die meisten Waren 5 % auf den cif-Wert (cost, insurance, freight). Kann der Zollwert nicht mit dem Transaktionspreis ermittelt werden, kommen nach den GCC Regeln 4 weitere Methoden in Betracht: Transaktionswert gleicher Waren, Transaktionswert gleichartiger Waren, deduktiver Wert und errechneter Wert. Berechnungsgrundlage ist der Wert der Güter bei Lieferung in SAR nach aktuellem SAMA-Kurs, der saudischen Zentralbank. Als Einfuhrnebenabgaben fallen Hafen- und Abfertigungsgebühren von etwa 1 % des cif-Wertes an.

7. Regelungen zum Import

Bei Lebensmitteln und Getränken fällt je nach Produkt ein Zoll zwischen 6 % – 25 % an. Schutzzölle in der Höhe von 5,5 % – 100 % gelten für einige einheimische Wirtschaftszweige. Darunter fallen z. B. einige Süßwaren und Datteln. Saisonale Zölle in Höhe von 25 % können auf landwirtschaftliche Produkte erhoben werden.

Zollfreiheit besteht für Nahrungsmittel, Lebendvieh, Gefrierfleisch, Getreide, Zucker, Reis, Tee, Kaffee und Milch für Kleinkinder. Die Zollbefreiung muss vom saudischen Importeur mindestens 6 Wochen vor Eintreffen der Ware beantragt werden. Der Warenhandel innerhalb der GCC Staaten ist zollfrei. Ein Freihandelsabkommen mit der EFTA (European Free Trade Association) wurde zwar im Jahr 2009 unterzeichnet, aber noch nicht ratifiziert.

Auf die Einfuhr nach Saudi-Arabien wird seit dem 01. Januar 2018 eine Umsatzsteuer von 5 % erhoben.[115]

Der Großteil der nach Saudi-Arabien importierten Lebensmittel findet seinen Weg in das Land über den Hafen in Dschidda am Roten Meer (ca. 70 %) oder über den Hafen in Dammam am Arabischen Golf. Importe aus den umliegenden arabischen Staaten werden mittels LKW in das Königreich transportiert. Der King Khalid International Airport in Riad fertigt eine große Menge Lebensmittel ab; darunter fallen vor allem frische Früchte, Gemüse und Kühlfleisch. Frische und gekühlte Produkte werden in der Regel innerhalb von 24 Stunden nach ihrer Ankunft freigegeben.

7.4 Zahlungs- und Währungsabsicherung

Die Informationen in diesem Kapitel basieren weitgehend auf dem Business & Legal Guide Saudi-Arabien.[116]

Größtmögliche Sicherheit bietet naturgemäß die Vereinbarung von Vorkasse (advance oder pre-payment), im Gegensatz zur unsichersten Zahlungsbedingung, der Zahlung gegen offene Rechnung (clean payment). Die erstgenannte Zahlungsform, wenn auch unter Saudis keinesfalls ungewöhnlich, ist häufig aber nicht oder zumindest nicht vollständig in Verhandlungen durchsetzbar. Deshalb sind Akkreditive die absolut übliche Form der Zahlungsabsicherung, insbesondere bei neuen oder sich entwickelnden Geschäftsbeziehungen.

Gerade wenn der Exporteur den Importeur nicht kennt und Vorkasse nicht verhandelbar ist, bietet den sichersten Schutz für den Verkäufer ein bestätigtes, unwiderrufliches, am besten bedingungsfreies Bankakkreditiv (irrevocable, confirmed letter of credit). Denn damit

[115] Ab dem 01.01.2019 auch bei der Einfuhr nach Bahrain; allerdings sind die Details zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Publikation noch nicht bekannt.
[116] Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen: „Business & Legal Guide Saudi-Arabien“, 2018.

verpflichtet sich die Bank des saudischen/bahrainischen Kunden, in dessen Auftrag dem deutschen Verkäufer den Kaufpreis zu leisten, wenn der Verkäufer bestimmte Dokumente übergibt und/oder (vereinbarte) Bedingungen erfüllt.

Sobald die Bank des Importeurs (in der Regel eine saudische/bahrainische Bank) ein Akkreditiv eröffnet, gibt sie damit ein unwiderrufliches Zahlungsversprechen gegenüber dem ausländischen Verkäufer ab. Nach Eröffnung des Akkreditivs kann die Bank des saudischen/bahrainischen Kunden von dieser Verpflichtung nicht mehr zurücktreten. Auch eine Änderung oder Aufhebung ist ausgeschlossen, es sei denn mit Einverständnis des Verkäufers.

Entsprechende Details, insb. über die Dokumente, die der Verkäufer vorlegen muss oder andere Bedingungen, sollten bereits in den Kaufvertrag aufgenommen werden. Ein seriöser saudi-arabischer Unternehmer wird die Forderung nach einem solchen rückbestätigten, unwiderruflichen Bankakkreditiv nicht als Mangel an Vertrauen, sondern eher als professionelle Abwicklung des Geldverkehrs neben dem Warenverkehr ansehen.

Es bleibt das Risiko im Hinblick auf die Akkreditivbank (Bank des saudischen/bahrainischen Kunden) und das Importland (Saudi-Arabien/Bahrain). Eine 100 %-ige Sicherheit bietet das Akkreditiv dem deutschen Exporteur nur, wenn die akkreditiveröffnende Bank über eine einwandfreie Bonität verfügt. Sind diese Voraussetzungen nicht gegeben, sollte das Akkreditiv nur mit dem Auftrag zur Bestätigung durch die Hausbank des Exporteurs eröffnet werden. Die Hausbank haftet dann in gleicher Weise wie die Bank, die das Akkreditiv eröffnet hat. Vorteilhaft ist, dass sich die Vertragsparteien darauf verlassen können, dass die internationalen Einheitlichen Richtlinien und Gebräuche für Dokumentenakkreditive ERA 600/UCP600 der Internationalen Handelskammer (International Chamber of Commerce,) auch in Saudi-Arabien – sofern scharia-konform – auf Dokumentenakkreditive Anwendung finden. Da diese Richtlinien aber keinen gesetzlichen Charakter haben, sollte die Geltung der jeweils geltenden Fassung vertraglich vereinbart werden.

Alle relevanten deutschen Geschäftsbanken und Sparkassen wickeln Exportgeschäfte mit Saudi-Arabien ab, in der Regel über lokale Korrespondenzbanken. Bis auf die Deutsche Bank hat keine deutsche Bank/Sparkasse eine eigene Niederlassung mit Vollbanklizenz in Saudi-Arabien. Gleiches gilt für Bahrain. Bei der Lieferung von Maschinen, Anlagen und sonstigen Investitionsgütern kommen Exportversicherungen und andere Instrumente der Zahlungsabsicherung in Frage. Dies ist für den Lebensmittelbereich aber ohne Bedeutung.

Aufgrund der komplexen Zoll- und Einfuhrabwicklung, nicht nur im Lebensmittelbereich, ist die Wahl adäquater Lieferbedingungen (‚INCOTERMS‘) von hoher Bedeutung. Insbesondere ist darauf zu achten, dass die schriftliche und administrative Abwicklung der Einfuhr nach

Saudi-Arabien und Bahrain soweit möglich dem lokalen Importeur überlassen wird. Dies umfasst auch die Zahlung von Zöllen und sonstigen Einfuhrabgaben (seit 2018 auch MwSt.).

7.5 Lebensmittelkennzeichnung und Verbrauchssteuerbanderolen

Die Anforderungen für die Etikettierung von Lebensmitteln, die in Saudi-Arabien verkauft werden, werden durch die SASO festgelegt, in enger Koordination mit der GSO.

Laut GSO-Standard 2233/2012 müssen Lebensmittel in arabischer Sprache (oder arabisch und englisch) etikettiert sein. Das Etikett muss die folgenden Angaben beinhalten: Produktname und –marke, Inhaltsstoffe, Nettogewicht in metrischen Einheiten, Ursprungsland, Name und Adresse des Herstellers, Herstellungs- und Haltbarkeitsdatum, Liste der Zutaten, die eine Überempfindlichkeit auslösen können, und Nährwertangaben.[117]

Bestimmte Nahrungsmittel wie frisches Obst, Gemüse, Fisch und Geflügelfleisch benötigen grundsätzlich keine Nährwertangaben. Klebeetiketten sind für die Angaben des Herstellungs- und Haltbarkeitsdatums sowie des Warenursprungs nicht erlaubt. Die Etikettierung ist vom Hersteller vor dem Export anzubringen.[118]

In Bezug auf die Deklaration des Mindesthaltbarkeitsdatums des Produktes traten im Jahre 2013 neue Richtlinien in Kraft. Diese sind in der GSO 150/2007 „Expiration Period for Food Products“ festgehalten und in 2 Teilen veröffentlicht worden. Die im Jahr 2012 in Kraft getretene GSO 2233 regelt die Nährwertangaben. Die SFDA schreibt vor, dass Importeure bei Ausweis der Nährwerte die Richtlinien der GSO 9/2013 „Labeling of Prepackaged Food Products“ sowie GSO 2233/2012 „Requirements of Nutritional Labeling“ strikt befolgen.

7.6 Verpackungen

Die Anforderungen an Lebensmittelverpackungen wurden im Jahr 1997 von der SASO aufgestellt. Sie entsprechen dem internationalen Standard. Das Ministerium für Handel und Investitionen wacht über die Einhaltung der Regularien der SASO. Alle Verpackungsmaterialien müssen folgende Anforderungen erfüllen:

- Die Verpackungen müssen für Lebensmittel unbedenklich sein und den saudi-arabischen Standards entsprechen.
- Die Verpackungen sollten sauber sein und keine Verschmutzungen des enthaltenen Materials zulassen.

[117] GTAI: „Merkblatt über gewerbliche Wareneinfuhren – Bahrain“, 18.11.2016, unter https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/Trade/Recht-Zoll/Zoll/merkblaetter,t=merkblatt-ueber-gewerbliche-wareneinfuhren--bahrain,did=1582078.html, aufgerufen am 18.12.2018.
[118] Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen: „Business & Legal Guide Saudi-Arabien“, 2018.

7. Regelungen zum Import

- Die Verpackungen sollen die Eigenschaften des verpackten Materials nicht verändern und ihren Inhalt vor Kontaminierung durch unerwünschte Gerüche, Geschmäcker und Aromen schützen.
- Sie sollten das Produkt vor Verunreinigungen durch Mikroorganismen, Insekten und Nagetiere schützen sowie Schmutz abhalten, sofern dieses für das Produkt notwendig ist.
- Sie sollten undurchlässig für Feuchtigkeit sein, wenn die Eigenschaften des Produktes dieses erfordern.
- Sie sollten einen gewissen Schutz vor Umwelteinflüssen und mechanischen Belastungen wie Stößen, Vibrationen und ruhender Belastung gewährleisten und formbeständig sein.
- Sie sollen keine Beeinträchtigung in Folge einer Vermischung potentiell reaktionsfähiger Bestandteile ihres Inhalts zulassen.
- Die Gestaltung sollte sich von der gängigen Verpackungsgestaltung von Pharmazeutika klar unterscheiden.

Für bestimmte Kunststoffverpackungsmaterialien und Kunststoffprodukte (Degradable Plastic Products) besteht eine Registrierungspflicht bei der SASO (https://www.saso.gov.sa/en/Certification/Certificates_of_conformity/Pages/Registration_of_plastic_products.aspx). Die betroffenen Produkte müssen oxo-biologisch abbaubar sein und dürfen nur importiert werden, wenn sie den Registrierungsvorschriften entsprechen.

Diese Pflicht besteht auch für betroffene Produkte, die in Saudi-Arabien produziert wurden. Auf den Produkten ist das sog. „Oxo-Biodegradable-Label“ der SASO anzubringen. Bei der Registrierung müssen die in Saudi-Arabien ansässigen Hersteller und Importeure auch ihre ausländischen Lieferanten benennen. Importe werden ausschließlich von den benannten Lieferanten zugelassen. Es sollte Rücksprache mit dem Importeur gehalten werden.

8 Ermittlung der relevanten Ansprechpartner

8.1 Geschäftspraxis

Saudi-arabische Importeure sind ständig auf der Suche nach neuen Produkten und benötigen häufig Unterstützung von Lieferanten, wenn es um Promotion und Werbung geht. Der saudi-arabische Verbraucher ist sehr anspruchsvoll; er prüft die Marken ganz genau und hält immer nach dem besten „Deal“ Ausschau. Werbung bzw. Reklame sind notwendig, um saudi-arabische Verbraucher für das Produkt zu gewinnen. Sehr beliebt in Supermärkten sind die sog. „Kauf-Zwei-zum-Preis-von-Einem-Deals“, die vor allem für Produkte kurz vor dem Erreichen der Haltbarkeitsfrist angeboten werden.

Eigenmarken bzw. private Labels nehmen an Verbreitung zu. Einige der saudi-arabischen Importeure verpacken die Lebensmittel im In- und Ausland unter ihrem eigenen Markennamen. Diese Firmen haben Eigenmarken entwickelt, die sowohl Saudi-Araber als auch andere Personen im Königreich ansprechen. Andere wiederum benutzen Marken mit westlich klingenden Namen, die eher die ausländischen Fachkräfte (Expatriates) aus dem Westen ansprechen.

Einer der größten Importeure für Lebensmittelprodukte, die Salim Basamah Company, platziert z. B. die Eigenmarke „Goody“ auf viele der importierten Produkte aus dem Westen. Ein anderer großer Importeur wählte zum Beispiel die eher arabisch klingende Eigenmarke „Al-Alali“ aus, um mehr Saudi-Araber und Araber anzusprechen und das, obwohl ein Teil der Produkte ursprünglich aus Europa oder Amerika kommt. Ein Produkt aus Deutschland kann demnach in Saudi-Arabien unterschiedlich vermarktet werden: entweder über eine etablierte deutsche Marke oder über eine private saudische Eigenmarke.

Lokale Lieferanten (einschließlich Importeure, lebensmittelverarbeitende Unternehmen und Einzelhändler) werden weiterhin den Lebensmittelmarkt in Saudi-Arabien dominieren. Eine Anzahl ausländischer Firmen hat Lizenzverträge mit lokalen Unternehmen abgeschlossen, um ihre eigene Marke im Land produzieren zu können.

Insbesondere für Saudi-Arabien ist es zu empfehlen, sich vorab mit den Gepflogenheiten und Bräuchen des Landes sowie mit der arabischen Mentalität vertraut zu machen. Im Vergleich zu anderen Ländern der Region öffnet sich der saudi-arabische Markt dem Westen sehr langsam. Genau wie im alltäglichen Leben ist auch das saudische Geschäftsleben von der lokal vorherrschenden sehr konservativen Auslegung der hanbalitischen Rechtsschule des Islams geprägt. So orientieren sich die Öffnungszeiten der Einkaufszentren, Läden und

Restaurants an den Gebetszeiten; die Einhaltung des während der Gebetszeit vorgeschriebenen Ladenschlusses, wird durch die Religionspolizei kontrolliert.
Daher ist es zu empfehlen sich vor dem ersten Kontakt insbesondere zu den folgenden Themen zu informieren:

- Islam
- Gebetszeiten (für Telefonate und Gesprächstermine)
- Fastenzeiten im Ramadan, in dieser Zeit ist von wichtigen Verhandlungen abzuraten)
- Nationale und religiöse Feiertage
- Allgemeine Geschäftszeiten (in der Regel Sonntag – Donnerstag; Einkaufszentren und Restaurants sind täglich geöffnet).

8.2 Importeure, Distributoren, Handelspartner

8.2.1 Supermärkte

8.2.1.1 Saudi-Arabien

Al Othaim Commercial Company		
PO Box 41700 Riyadh 11531	T: +966 (0) 1 2414755 Ext. 157 Administration: 254 47 000 F: +966 (0) 1 2414883	E: info@othaimmarkets.com W: www.othaimmarkets.com
Al Othaim Markets Company besitzt im Königreich über 100 Filialen, einschließlich Supermärkten und Verbrauchermärkten. Sie eröffneten ihre erste Filiale im Jahr 1956 in Riad.		

Al Raya For Foodstuff Company Ltd		
PO Box 51630 Jeddah, 21553 Sari Street	T: +966 (0) 12 6825444 F: +966 (0) 12 6390487	W: www.alraya.com.sa
Die Al Raya For Foodstuff Company Ltd besitzt und betreibt eine Supermarktkette in Saudi-Arabien. Es bietet verschiedene Produkte an, darunter Obst, Gemüse, Fleisch, Meeresfrüchte, Nüsse, Tiefkühlkost, Milchprodukte, Bäckerei und Lebensmittelgeschäfte sowie Kosmetik-, Elektronik- und Haushaltsartikel sowie Schmuck und Damenaccessoires.		

Al Sadhan Group (Spar)		
PO Box 945 Riyadh 11421	T: +966 (0) 11 208 5555 F: +966 (0) 11 445 4618	E: al-sadhan@al-sadhan.com W: http://www.al-sadhan.com/
Al Sadhan, der größte Einzelhändler im Königreich Saudi-Arabien, ist seit über 66 Jahren ein angesehenes Familienunternehmen. Die Amsterdamer Supermarktgruppe Spar International will bis zum Jahr 2020 ca. 40 Geschäfte in Saudi-Arabien eröffnen.		

Arabian Marketing Co. Ltd. (Euromarché)		
PO Box 9362 Riyadh 11413	T: +966 (0) 1 4825657 Ext. 216 F: +966 (0) 1 4825529	E: info@euromarche.com W: www.euromarche.com
Das Unternehmen wurde im Jahr 1981 gegründet und besitzt den Euromarché in Saudi-Arabien. Das Euromarché in Riyadh ist das einzige heute noch existierende Euromarché.		

Balsharaf Group		
PO Box 31116, King Fahad Road, Opposite of Council of Saudi Chambers, Riyadh, Saudi Arabia	T: +966 11 880 9999	E: info@balsharafgroup.com W: www.balsharaf.com.sa/
Die Balsharaf Group ist ein diversifiziertes Unternehmen, das in 4 zusammenhängenden und sich gegenseitig unterstützenden Bereichen tätig ist: Einzelhandel, Vertrieb, Produktion und Logistik. Das Ziel der Gruppe ist es, ein führender Hersteller, Vertreiber und Einzelhändler von schnelllebigen Konsumgütern in der MENA-Region zu werden.		

Bin Dawood Group - Danube		
PO Box 51190 Jeddah 21543	T: +966 (0) 2 6545557 F: +966 (0) 2 6057859	E: info@bindawood.com W: www.bindawood.com
BinDawood Superstores ist eine der Superstore-Ketten des Königreichs Saudi-Arabien. Es hat 20 Niederlassungen in 3 Großstädten. Die Danube Company, eine Supermarkt- und Hypermarktkette, gehört der Bin Dawood Group und wird von ihr betrieben.		

Carrefour Hypermarkets (Saudi Hypermarket Company)		
PO Box 8772 Riyadh, 11492	T: +966 (0) 11 466-6555 F: +966 (0) 11 474-9108	W: www.carrefourksa.com
Das Unternehmen wurde im Jahr 2004 in Riad als Joint Venture zwischen der AlOlayan Group (saudi - arabisches Unternehmen) und der Majid AlFuttaim Group (U.A.E.Unternehmen) gegründet. Derzeit verfügt das Unternehmen über 16 Warenhäuser in vier Städten Saudi-Arabiens. Carrefour plant die Anzahl der Verkaufsstellen in den nächsten Jahren auf 20 zu erhöhen.		

LULU Saudi Hypermarkets LLC		
PO Box 4330 Riyadh 11491	T: +966 (0) 11 4028877 F: +966 (0) 11 4025522	E: info@sa.lulumea.com W: www. saudi.luluhypermarket.com
Das Unternehmen ist ein indisches Unternehmen, das sich im Besitz einer Hypermarktkette und eines Einzelhandelsunternehmens mit Sitz in Abu Dhabi befindet. Es wurde im Jahr 2000 gegründet und verfügt über zehn Hypermärkte in Saudi-Arabien.		

Manuel Market		
PO Box 11995 Jeddah 23526 Manuel Supermarket – Main Office 8494 Ahmad Ibn Usayb, An Naim District	T: +966 (0) 12 658 1555	W: www.manuelsupermarket. com
Manuel Market ist in Saudi-Arabien der führende Anbieter für Luxuseinkäufe.		

Nesto Hypermarket		
PO Box 4942, Riyadh-11412 Gardenia Mall Azizia,	T: +966 (0) 11 4959434 F: +966 (0) 11 4387754	W: www.nestogroup.com
NESTO hat über 59 Filialen in den Vereinigten Arabischen Emiraten, KSA, Bahrain und Kuwait. Sie wollen bis Ende 2019 ca. 25 weitere Verkaufsflächen eröffnen.		

Panda Retail Company		
PO Box 3311 Riyadh 11471	T: +966 (0) 1 2298255 Ext. 5522 F: +966 (0) 1 2298255	E: info@panda.com.sa W: www.panda.com.sa
Das Unternehmen wurde im Jahr 1978 gegründet und fusionierte 1998 mit Savola. Es hat den größten Marktanteil im saudi-arabischen Einzelhandel.		

Saudi Marketing Company Ltd.		
PO Box 4605 Dammam 31412	T: +966 (0) 3 8262358 F: +966 (0) 3 8267779	E: farm@farm.com.sa W: www.farm.com.sa
Die Saudi Marketing Company wurde im Jahr 1978 gegründet und hat ihren Sitz in Dammam. Das Unternehmen ist im Groß- und Einzelhandel von Lebensmitteln, Verbrauchsmaterialien, Spielzeug, Textilien und Schreibwaren Saudi-Arabien tätig. Es verwaltet und betreibt Bäckereien, Restaurants und Cafés und betreibt Vergnügungszentren.		

Tamimi Group of Companies		
PO Box 172 Dammam 31411	T: +966 (0) 3 8823455 F: +966 (0) 3 8471592	E: tamimi-ho@al-tamimi.com W: www.al-tamimi.com
Das Unternehmen ist seit dem Jahr 1977 in der Gastronomie tätig, seit 1979 im Lebensmitteleinzelhandel und seit 2009 in der Lebensmittelindustrie. Tamimi Markets hat seinen Sitz in Al Khobar und betreibt derzeit mehr als 20 Supermärkte in ganz Saudi-Arabien. Es ist bekannt für den Verkauf von westlichen Produkten.		

8.2.2.2 Bahrain

Al Jazira Group		
Al Murjan Center, Block 340, Juffair Building. 140, Road 41,	T: +973 17 815900 F: +973 17 728831	W: www.aljaziragroup.com.bh
Neben den Supermärkten ist Al Jazira auch als exklusiver Vertriebspartner für viele der weltweit führenden Marken bekannt, wie z. B. Heinz, L'Oreal, MCvities, Pinar, Held, Mazola, Volvic, Sun Top, Sun Cola, Sun Quick, Bahlsen, Sara Lee, John West, Amoy, Heimatstolz, Nestle Purina, Nectaflor, Al Karamah, Kruger, Lurpak, Scott-Tücher, Cool & Cool, Garnier, Vichy, Jamrah, Maharani-Reis, Monster, Nesti Dante und viele andere. Das Unternehmen hat auch eine Food Service-Abteilung, die sich um die Bedürfnisse aller führenden Hotels, Restaurants, Cafés und Unternehmen in Bahrain kümmert.		

Al Muntazah Market – Almeer Group		
P.O. Box: 512 Manama	T: +973 17 346000 F: +973 17 343757	E: almeer@almeer.com.bh W: www.almeergroup.com/almuntazah_market/en/
Almuntazah Markets ist eine bekannte Supermarktkette im Bahrain. Es wird angenommen, dass dies die größte Supermarktkette im Königreich ist. Al Muntazah Markets ist die Tochtergesellschaft der Almeer Group, die im Jahr 1952 von Jalal Almeer gegründet wurde.		

BMMI Group		
BMMI Head Office PO Box 828, Sitra, Bahrain 812 Shaikh Jaber Al Ahmed Al Subah Highway	T: +973 17 739 444 F: +973 17 731 186	E: enquiries@bmmi.com.bh W: www.bmmigroup.com/
BMMI besitzt und betreibt den Alosra-Supermarkt, der als einer der qualitätsorientiertesten Premium-Händler des Königreichs bekannt ist. Im Jahr 2015 wurde ein Alosra-Supermarkt außerhalb von Bahrain im Dhahran Tower in Saudi-Arabien eröffnet. 2017 folgte die Eröffnung einer zweiten Niederlassung in Saudi-Arabien in Al Safa, Dammam. Die BMMI Group ist auch in der Distribution von Getränken aktiv.		

Midway Supermarket Ali-Rashid Al-Amin Co.		
PO Box 643 Manama Ali-Rashid Al-Amin Co. Building No. 733 Road No. 113 Sitra Industrial Area	T: +973 17732220 F: +973 17730078	E: aralamin@batelco.com.bh W: www.aralamin.com
Midway Supermarkt wurde im Jahr 1974 gegründet und ist die Einzelhandelsabteilung von Ali-Rashid Al-Amin Co. Es hat sieben Einzelhandelsgeschäfte im Königreich Bahrain.		

8.2.2 Distributoren und Großhändler

8.2.2.1 Saudi-Arabien

A.A.Turki Group (ATCO)		
PO Box 8077 Riyadh 11482	T: +966 (0) 1 4762241 Ext. 57 F: +966 (0) 1 4762485	E: info@atco.com.sa W: www.atco.com.sa
ATCO wurde in den 1950er Jahren gegründet und besteht aus sieben eigenständigen Unternehmen und Joint Ventures. Sie bieten Einzelhandelsdienstleistungen, Catering- und Gastronomiedienstleistungen an.		

Abbar & Zainy Company		
PO Box 5700 Jeddah 21432	T: +966 (0) 2 6474000 F: +966 (0) 2 6475542	W: www.abbartrading.com/
Als Handels- und Anlagegruppe ist die Haupttätigkeit des Unternehmens der Import und Vertrieb von schnelllebigen Konsumgütern. Das Unternehmen ist führend im Vertrieb von Tiefkühlkost. Hauptvertriebene Produkte sind Molkereiprodukte.		

Abazeer Trading Est.		
PO Box 54110 Jeddah 21514	T: +966 (0) 2 6612285 Ext. 232 F: +966 (0) 2 6635275	E: ksh@abazeer.com W: www.abazeer.com
Das Unternehmen ist im Vertrieb tätig.		

AIMS Holding		
PO Box 749 Jeddah 21421	T: +966 (0) 2 6722288 F: +966 (0) 2 6725924	E: info@alsubeaei.com W: www.aims.com
AIMS ist eine familiengeführte Investmentholding, die in den folgenden Sektoren tätig ist: Investment, Immobilien, Industrie, Bildung, Einzelhandel und Gastgewerbe.		

AJWA Group for Food Industries		
PO Box 16645 Jeddah 21474	T: + 966 (0) 2 642 0552 F: + 966 (0) 2 644 0047	E: info@ajwa.com W: www.ajwa.com
AJWA ist eine Unternehmergruppe, die sich der Bereitstellung hochwertiger Lebensmittelprodukte widmet, darunter die Verarbeitung und der Vertrieb von Speiseölen, tiefgekühltem Gemüse und Obst sowie panierten Produkten.		

A.K. Saeed for Trade & Industry Co. Ltd.		
PO Box 16302 Jeddah 21464	T: +966 (0) 2 6358888 F: +966 (0) 2 6080190	E: info@aksaeedgroup.com W: www.aksaeedgroup.net
Das Unternehmen ist Großhändler und Distributor für Pepsi, Lays, Cheetos, Doritos etc. und ist im GCC sowie in einigen Ländern der Levante und Nordafrika tätig. Das Unternehmen wird die AlReef Zucker-Raffinerie in Jizan bauen.		

Al-Amoudi Beverage Industries		
PO Box 7270 Jeddah 21462 Elysees Printemp Building 5th Floor Palestine Street Bani Malik District	T: +966 (0) 12 6716414 F: +966 (0) 12 6716146	E: info@alamoudi-bev.com/ riyadbr@alamoudi-bev.com W: www.alamoudi-bev.com
Al-Amoudi Beverage Industries gilt als eines der größten Unternehmen für die Herstellung und den Vertrieb von Erfrischungsgetränken, Säften, Nektar und Mineralwasser in Saudi-Arabien.		

Al Aujan Group Holding		
PO Box 990 Dammam	T: +966 (0) 3 8570777 F: +966 (0) 3 8573226	W: www.aujan.com.sa
Die Aujan Group Holding (AGH) ist eine diversifizierte Holdinggesellschaft, die in einer Vielzahl von Branchen tätig ist, darunter im Vertrieb von schnelllebigen Konsumgütern.		

Al-Baddan Est.		
Dammam, Jubail Road, Sanayah Al-Khair Area	T: +966 (0) 5 8329 8808 F: +966 (0) 1 38170 614	E: info@albaddan.com W: www.albaddan.com
Al Baddan ist ein Zulieferunternehmen für Obst und Gemüse in Saudi-Arabien. Das Unternehmen verfügt über eine Lager- und Transporteinrichtung, die von der saudischen Gesundheitsabteilung geprüft und genehmigt wurde.		

Al Faisaliah Group		
PO Box 16440 Riyadh 11464	T: +966 (0) 1 4407799 F: +966 (0) 1 4508652	E: info@faisaliah.com W: www.faisaliah.com
Die Al Faisaliah Group (AFG) wurde im Jahr 1971 gegründet und ist eine im Privatbesitz befindliche Holdinggesellschaft mit Hauptsitz in Riad. Das Unternehmen ist im gesamten Mittleren Osten tätig. Die Gruppe ist in verschiedenen Branchen, wie u. a. Milchprodukte, Elektronik, Gesundheitswesen und Lebensmittelservice tätig.		

Al Jazeerah Super Store Co. Ltd.		
P.O Box. 8908, Riyadh – 11492 Al Jazeerah Shopping Center Co.	T: +966 (0) 1 46 41 013 F: +966 (0) 1 46 55 826	W: www.aljazeerah.com.sa
Das Unternehmen wurde im Jahr 1979 gegründet und ist im Vertrieb von Getränken tätig.		

Al Jomaih Bottling Company - Pepsi Cola		
P.O Box: 210 Riyadh 11411	T: +966 (0) 11 4763824 F: +966 (0) 11 4784690	E: info@aljomaihbev.com W: www.aljomaihbev.com/en
Mit voll integrierten Abfüll-, Herstellungs- und Vertriebsaktivitäten in den zentralen und nördlichen Regionen Saudi-Arabiens und mehr als 2.000 Mitarbeitern ist Al Jomaih Bottling Plants ein wichtiger Getränkehersteller im Nahen Osten und in Afrika.		

Aljomaih Holding Co.		
PO Box 132 Riyadh 11411	T: +966 (0) 1 4788811 Ext. 241 F: +966 (0) 1 4774038	W: www.aljomaih.com
Das Unternehmen wurde im Jahr 1936 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Riad. Es ist im Vertrieb von Lebensmitteln und Getränken aktiv.		

Al Majdouie Group		
PO Box 336 Dammam	T: +966 (0) 3 8198222 F: +966 (0) 3 8115566	E: info@almajdouie.com W: www.almajdouie.com
Al Majdouie Group ist eine saudi-arabische Unternehmensgruppe, die im Jahr 1965 von Shaikh Ali Ibrahim Almajdouie gegründet wurde. Sie ist u. a. im Vertrieb von Lebensmitteln tätig.		

Almarai		
P. O. Box 8524, Riyadh 11492	+966 (11) 470 0005 +966 (11) 470 1555	W: www.almarai.com/en/
Das Unternehmen ist ein in Saudi-Arabien ansässiger Mischkonzern, der an der Börse von Tadawul notiert ist. Es ist auf die Herstellung und den Vertrieb von Nahrungsmitteln und Getränken spezialisiert.		

Almunajem Cold Stores Company		
PO Box 2395 Riyadh 11451	T: +966 (0) 1 4755555 F: +966 (0) 1 4764318	E: info@almunajem.com W: www.munajemcs.com
Almunajem besitzt große Lagerräume von einer Gesamtfläche bis zu 200.000 m^2 in verschiedenen Teilen Saudi-Arabiens. Diese Lager ermöglichen es dem Unternehmen, jährlich rund 350.000 t gekühlte und tiefgefrorene Produkte der bekanntesten Lebensmittelmarken zu importieren, zu lagern und zu vertreiben.		

Al Munajem Group		
PO Box 2395 Riyadh 11451	T: +966 1 4807755 F: +966 1 4826711	W: www.munajem.com
Die Almunajem-Gruppe ist derzeit als eines der führenden Vertriebsunternehmen (FMCG) in Saudi-Arabien aktiv. Für das Unternehmen sind mehr als 15.000 Mitarbeiter tätig.		

Alpha Trading & Shipping Agencies Ltd.		
PO Box 205 Jeddah 21411	T: +966 (0) 2 6610998 F: +966 (0) 2 6608661	E: jacob@alpha-trading.com W: www.alpha-trading.com
Mit über einhundert Lieferanten weltweit und mehr als 200 Kunden ist Alpha Trading in Saudi-Arabien ein führendes Vertriebsunternehmen in der Lebensmittelbranche.		

Al Rabie Saudi Foods Co. Ltd		
PO Box 42787 Riyadh 11551	T: + 966 11 498 0000 F: + 966 11 498 2064	E: social@alrabie.com W: www.alrabie.com
Al Rabie Saudi Foods Co. Ltd. ist eines der größten Saftproduktionsunternehmen im Nahen Osten.		

Al Reef Establishment for Supply & Import Head Office		
PO Box 3476 Riyadh 11471	T: +966 1 4110822 / 4114177 F: +966 1 4110355	E: alreef@alreef.org
Al-Reef Establishment wurde für den Import und die Vermarktung von Lebensmittelprodukten gegründet. Das Unternehmen ist jetzt ein exklusiver Vertriebspartner für viele international anerkannte Lebensmittelprodukte.		

Al Safi Danone		
PO Box 10525, Riyadh 11443	T: +966 11 124 1573 F: +966 11 2703389	E: publicrelations@alsafidanone.com W: www.alsafidanone.com
Al Safi Danone ist in der Produktion und im Vertrieb von Milchprodukten tätig. Das Unternehmen agiert unter der Dachorganisation Al Faisaliah Group Holding Co. Ltd.		

Al Suwaiket Trading & Contracting Co.		
PO Box 691 Dhahran Airport 31932	T: +966 (0) 3 8579784 F: +966 (0) 3 8572904	W: www.alsuwaiket.com
Im Bereich Lebensmittelimport und -vertrieb vertritt AISuwaiket weltweit renommierte Hersteller von gekühlten, gefrorenen und trockenen Lebensmitteln. AISuwaiket unterhält Lagerhäuser und Transportflotten.		

Al-Watania		
PO Box 1181 Buraidah 81999	T: +966 6 3920111	E: info@al-watania.com W: www.al-watania.com/
Firmenprofil ist in dem Kapitel „Fleisch- und Wurstwaren“ zu finden.		

Anaam Group		
Anaam International Holding Group Building Al Mahjar Area 6352 Saudi Arabia Jeddah 21442	T: +966 12 635 7007 F: +966 12 635 7006	E: www.anaamgroup.com
Das Hauptgeschäft des Unternehmens umfasst Importe von Tiefkühl- und Trockennahrungsmitteln sowie den Vertrieb von Obst und Gemüse.		

Arabian Agricultural Services Company (ARASCO)		
ARASCO Building PO Box: 53845 Riyadh 11593 Riyadh - Prince Sultan Ibn Abdul Aziz St.	T: +966 11 261 2222 F: +966 11 261 2111	W: www.arasco.com
Arabian Agricultural Services Company (ARASCO) ist einer der bekanntesten Nahrungsmittelunternehmen im GCC. Das Unternehmen befindet sich in Privatbesitz von saudi-arabischen Aktionären. Es produziert und vertreibt hochwertige Lebensmittelzutaten in der gesamten Golfregion.		

Arcoma Arabian Commercial Agency Co.Ltd		
PO Box 811 Jeddah 21421	T: +966 (0) 2 6444212 F: +966 (0) 2 6420975	W: www.arcoma.com.sa
Arcoma ist eine Unternehmergruppe in Saudi-Arabien, die von Omar A. Bajammal als Familienunternehmen gegründet wurde und den lokalen Groß- und Einzelhandel bedient.		

Bafarat Industrial Group		
Bafarat Industrial Group Jeddah Saudi Arabia	T: +966 12 6375212 F: +966 12 6375752	E: info@ranafood.com W: www.ranafood.com
Bafarat Industrial Group ist ein saudi-arabisches Unternehmen, das auf die Herstellung und Verarbeitung von Lebensmitteln (Hot Sauce, Ketchup, Mayonnaise, Salsa's und Vinegar) spezialisiert ist. Das Unternehmen besitzt die Marke RANA (Hot Sauce).		

Fakieh Farms		
Makkah 2621	T: +966 255 72225 F: +966 255 71592	E: info@fakiehgroup.com W: www.fakiehfarms.com
Firmenprofil ist in dem Kapitel „Fleisch- und Wurstwaren“ zu finden.		

Food Choice KSA		
P.O. Box: 26886, Riyadh –11496, Building No: 4310 Address: Exit 14 – Omar Bin -Abed l Aziz Road – Rabwa Area.Building No: 03803	T: +966114738022 F: +966114738022	W: www.foodchoice-ksa.com
Das Unternehmen wurde im Mai 2012 in Saudi-Arabien gegründet und ist nicht nur im Vertrieb sondern auch in der Beratung tätig. Das Unternehmen vermarktet insbesondere europäische Produkte.		

Gulf Union Foods Company		
PO Box 365 Riyadh 11383	T: +966 11 2652855 F: +966 11 2652779	E: info@gulf-union.com W: www.gulf-union.com
Gulf Union Foods Co. wurde 1999 gegründet. Es ist eines der modernsten Unternehmen in der Herstellung und Vermarktung von Säften und Getränken.		

Hassan Misfer Al Zahrani & Partners Holding Co.		
PO Box 13558 Dammam 31411	T: +966 (0) 3 8325500 F: +966 (0) 3 8338982	E: info@alzahrani.com W: www.alzahrani.com.sa
Das Unternehmen ist im Vertrieb von Lebensmitteln tätig.		

Hussain & Mohammed Abdullah Al-Shaikh Trading Establishment		
Trading Establishment Building Al Hekmah Street Al Mohammediah Area 8902 Dammam 31442	T: +966 13 850 0309 F: +966 13 837 1679	
Das Unternehmen ist im Vertrieb von frischem Obst und Gemüse tätig. Mit Tochtergesellschaften in der Lager- und Kühlungsdienstleistung, als auch Brokerage Dienstleistungen für Seehäfen, ist es einer der bekannten Großhändler in Saudi-Arabien.		

Mahmood Saeed Collective Company		
PO Box 17013 Jeddah 21484	T: +966 (0) 2 6360022 F: +966 (0) 2 63709093	E: info@saeedcc.com W: www.mscc.com.sa
Das Unternehmen wurde im Jahr 2005 gegründet und ist ein führendes Unternehmen auf dem Gebiet der Herstellung von Erfrischungsgetränken, Fruchtsäften und Mineralwasser.		

NAFA Enterprises		
PO Box 230099 Riyadh 11321	T: +966 (0) 1 4708888 F: +966 (0) 1 4708855	E: ent@nafa.net W: www.nafa.net
Das Unternehmen ist im Vertrieb von Lebensmitteln tätig.		

National Agricultural Development Co. (NADEC)		
PO Box 2557 Riyadh 11461	T: +966 11 202 7777 F: +966 11 4055522	E: info@nadec.com.sa W: www.nadec.com.sa
Die National Agricultural Development Company (NADEC) ist eine der größten Aktiengesellschaften für Landwirtschaft und Lebensmittel im Nahen Osten und Nordafrika. Im Jahr 1981 durch königlichen Erlass gegründet, handelt es sich um eine Aktiengesellschaft, die sich zu 20 % im Besitz der Regierung befindet. Der Rest wird an der saudischen Börse gehandelt. Es ist eines der wenigen und größten vertikal integrierten Molkereibetriebe der Welt.		

National Food Company (Americana Group)		
PO Box 51047 Jeddah 21543	T: +966 2 6081220 / 29 / 37 F: +966 2 60812598	E: headoffice@americanaf.com W: www.americana-group.net
Herstellung und Vertrieb von Konserven einschließlich Erbsen und Bohnen; Vertrieb von Kondensmilch, frischer Sahne, Eiskaffee, Frischkäse, Erdnussbutter und Tomatenmark.		

Quraish Trading Co.Ltd		
PO Box 2052 Jeddah 21451	T: +966 (0) 2 6532441 F: +966 (0) 2 6535016	E: halqurashi@quraish.com W: www.quraish.com
Distributor globaler Produkte speziell für Süßwaren. Folgende Produkte werden von Quraish vertrieben: Fritt, Rubbermaid, Jelly Belly, Bebet, Schogetten.		

Safari Group		
P.O. Box 7710 Riyadh, 11472	T: +966 11 2315577 F: +966 11 2300010	E: info@safari.com.sa W: www.safari.com.sa
Das Unternehmen ist im Vertrieb von Lebensmitteln tätig.		

Saudi Pan Gulf Kingdom Ltd.		
PO Box 9313 Al Khobar 11413	T: +966 (0) 1 2012060 F: +966 (0) 1 2012123	E: info@saudipgk.com W: www.pangulfholding.com
Das Unternehmen wurde im Jahr 1978 gegründet und ist einer der Hauptvertriebshändler in der östlichen Provinz in Bezug auf Lebensmittel und Ernährungsprodukte. Sie besitzt die Firma Vitafood, die Fleisch produziert.		

United National Dairy Co.		
United National Dairy Co. Hofuf - Saudi Arabia	T: +966 3 5816700/5816750 F: +966 3 5816634/5816661	E: rayan@und-ksa.com W: http://www.und-ksa.com
UND (United National Dairy Company) wurde im Jahr 2003 durch die Fusion der Al Matrood Dairy Company, einer Milchfarm in Saudi-Arabien und der Al Reef Dairy Farm, gegründet.		

Zamil Food Industries		
PO Box 240 Jubail Industrial City 31951	T: +966-3-341 5235 F: +966-3-341 8235	E: enquiries@zamilfood.com W: http://www.zamilfood.com/
Firmenprofil ist in dem Kapitel „Fleisch- und Wurstwaren“ zu finden.		

8.2.2.2 Bahrain

Ahmadi Industries		
Building: 665 Road:2913, Block:329 Salmaniya, Bahrain	T: +973 17265444	E: info@ahmadiindustries.com W: www.ahmadiindustries.com
Ahmadi Industries ist der Franchise-Nehmer von PepsiCo in Bahrain seit 1952. Es ist die erste Abfülleinrichtung im GCC. Neben Pepsi, 7Up- und Mirinda stellt die Produktionsstätte auch die Wassermarke „Aquafina“ her.		

Awal Dairy Company		
Wll Building No. 791, Road No. 55, Block No. 463, Al Hajar Village Off Budaiya Road, Bahrain	T: +973 17 598 598 F: +973 17 591 150	W: www.awaldairy.com
Awal Dairy Company WLL., früher bekannt als (Bahrain Danish Dairy Company), wurde im Jahr 1963 gegründet und ist die erste Molkerei in Bahrain. Das Unternehmen vertreibt und stellt Milchprodukte, Säfte und Eiscreme her.		

Delmon Poultry		
PO.Box 20535 Hamala – Bahrain	T: +973 17608282 F: +973 17601930	E: info@dawajen.bh W: www.dawajen.bh/en
Delmon Poultry ist mit einem genehmigten Aktienkapital von 10 Millionen Bahraini Dinars (BHD) offiziell an der Börse von Bahrain notiert. Das Unternehmen hat im Jahr 2010 die Produktionskapazität auf bis zu 27.000 Hühner pro Tag erhöht.		

Hasan & Habib Sons of Mahmood W.L.L.		
PO Box 302, Manama	T: +973 17102200 F: +973 17102266	E: amdco@batelco.com.bh W: www.hhm-group.com
Das Hauptgeschäft des Unternehmens besteht in der Versorgung von Supermärkten mit Lebensmitteln (tiefgekühlt, gekühlt und trocken). Zu den vertriebenen Marken gehören Al Rifai-Nüsse, Nabil-Kekse und Kartoffelprodukte von Lamb Weston.		

Nada Dairy Co		
PO Box: 2441, Manama Building 34, Road 301, Block 603, Sitra	T: +973 17 736322 F: +973 17 730878	E: bahrain@nadadairy.com W: www.nada.com.sa
Das Unternehmen ist im Vertrieb von Milchprodukten aktiv.		

The Coca-Cola Bottling Company of Bahrain WLL		
Building 2565 Street 4450 Salmabad Area, Block 744 11230 Bahrain	T: +973 17-784141 F: +973 17-784482	W: http://www.coca-colacompany.com
Abfüllung von kohlensäurehaltigen Erfrischungsgetränken, Energiegetränken, Saft und Wasser.		

Trafco Group B.S.C.		
P.O Box: 20202 Manama - Kingdom of Bahrain	T: +973 17 729 000 F: +973 17 727 380	E: info@trafco.com W: www.trafco.com
Das Kerngeschäft der Gruppe ist der Import und Vertrieb von Lebensmitteln. Mit einem Jahresumsatz von über 100 Mio. USD ist TRAFCO einer der größten Fast moving Consumer Goods Konglomerate in Bahrain. Mit einer umfangreichen Produktpalette, bestehend aus Dosen-, Tiefkühl- und Trockenfuttermitteln, frischem Obst und Gemüse sowie gekühltem und gefrorenem Fleisch aus Ländern wie Australien, Brasilien, Indien, Großbritannien, USA, Pakistan, werden Supermärkte in Bahrain beliefert.		

8.3. Weitere relevante Kontakte

SASO		
PO Box 3437 Riad 11471	T: +966 11 4520000 F: +966 11 4520193	E: info@saso.gov.sa W: www.saso.gov.sa/en
SASO war eine der ersten reinen technischen Regierungsbehörden. Er regelt die organisatorischen und ausführenden Aufgaben in Bezug auf Standards, Messwesen und Qualität, einschließlich der Festlegung und Akkreditierung der saudischen Standards für Waren, Produkte und Dienstleistungen, Mess- und Kalibrierungsstellen sowie Verfahren zur Konformitätsbewertung und Zertifizierung.		

Saudi Food and Drug Authority		
3292 Northern Ring Branch Rd Riyadh 13312-6288	T: +966 11 2038222 F: +966 11 2758971	E: info@sfda.gov.sa W: www.sfda.gov.sa
Die SFDA zielt darauf ab, die Sicherheit von Lebensmitteln, die Qualität und Wirksamkeit von Arzneimitteln sowie die Sicherheit, Qualität, Wirksamkeit und Leistung von Medizinprodukten gemäß ihrem beabsichtigten Zweck zu gewährleisten.		

Saudi Grains Organization (SAGO)		
King Fahd Road Riyadh 11471	T: +966 11-210-3333 F: +966 11-210-4444	E: gsfmo@gsfmo.gov.sa W: www.gsfmo.gov.sa
Die Organisation wurde 1972 gegründet und ist verantwortlich für die Produktion von Mehl, Weizen, Geflügel und Viehfutter sowie für andere Futtermittel.		

GCC Standardization Organization		
PO Box 85245 Riyadh 11691	T: +966 11 274 6655 F: +966 11 2105391	E: csc@gso.org.sa W: www.gso.org.sa
Die GCC Standardization Organization (GSO) ist eine regionale Standardisierungsorganisation, die 2001 vom Obersten GCC-Rat gegründet wurde.		

8.4 Messen

Gulfood (https://www.gulfood.com)	Weltleitmesse für Nahrungsmittel und Hospitality 5.000 Aussteller 98.000 Besucher	17. – 21. Februar 2019	Dubai
Anuga (Allgemeine Nahrungs- und Genussmittel-Ausstellung) (http://www.anuga.com)	Weltgrößte Lebensmittelmesse 7.405 Aussteller 165.000 Besucher	5. – 9. Oktober 2019	Köln
Saudi Agriculture (http://saudi-agriculture.com)	Größte Landwirtschaftsmesse in der MENA-Region 15.384 Besucher	21. – 24. Oktober 2019	Riad
Foodex Saudi (http://www.foodexsaudi.com/ar)	Größte Nahrungsmittel-, Getränkemesse in KSA 209 Aussteller 8.000 Besucher	11. – 14. November 2019	Dschidda

Saudi Horeca (http://saudihoreca.com)	Größte Gastwirtschaftsmesse in der MENA-Region 300 Aussteller 31.800 Besucher	26. – 28. November 2019	Riad

HERAUSGEBER
Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

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

STAND
Dezember 2018

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK
BMEL

BILDNACHWEIS
Argus/stock.adobe.com

TEXT
GEFA Exportservice GmbH
Gertraudenstraße 20
10178 Berlin
www.gefaexportservice.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Anika Kirschning

Delegation der Deutschen Wirtschaft
für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen
(AHK Saudi-Arabien)
Futuro Tower, 4th Floor, Al Ma'ather Street
P.O.Box: 61695
Riyadh: 11575
www.saudiarabien.ahk.de

Bearbeiter/-in; Redaktion:
Ali Dogan
Hanna Riehle

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS
Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt die Delegation der Deutschen Wirtschaft für Saudi-Arabien, Bahrain und Jemen (GESALO) keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich - direkt oder indirekt - durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

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

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

Diese Publikation wird vom BMEL kostenlos herausgegeben. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter
www.bmel.de
@bmel
Lebensministerium

www.agrarexportfoerderung.de