



Convenience-Produkte
liegen in den USA voll
im Trend.

Das Beste für zwei Welten

Qualität einerseits, religiös geprägte Speisevorschriften andererseits: Das kann gut passen. Oft wird ein Koscher-Zertifikat gleichzeitig als Qualitätsmerkmal wahrgenommen. Das ist auch ein verbindendes Element zwischen zwei Lebensmittelmärkten wie **Israel und den USA**. Diese beiden Märkte bringt die IHK in einem Forum zusammen.

VON BEATE RAUSCH UND TONIO BOER

Israels wachsende Einfuhr von koscheren Nahrungsmitteln bietet auch deutschen Unternehmen Marktchancen. Die Einrichtung koscherer Produktionslinien lohnt sich meist doppelt, da koschere Nahrungsmittel abgesehen von Israel auch in anderen Ländern gefragt sind - insbesondere in den USA, aber auch in Frankreich mit einer jüdischen Gemeinde von rund 500.000 Menschen.

Der deutsche Export von Nahrungsmitteln nach Israel erreichte 2014 einen neuen Höchststand, der Anteil deutscher Einfuhren lag bei rund 7 Prozent. Die wichtigste Position der Nahrungsmittelimporte von Deutschland nach

Israel waren 2013 verschiedene Lebensmittelzubereitungen, gefolgt von Zubereitungen aus Getreide, Milch und Milchprodukten sowie Backwaren. Da die Koscher-Zertifizierung von Fleischzeugnissen besonders kompliziert ist, ist der Anteil deutscher Importe in diesem Bereich minimal.

Da 70 Prozent der israelischen Juden, also rund 5,9 Millionen Konsumenten, nur koschere Nahrungsmittel kaufen, müssen Importeure ein spezielles „Koscher-Zertifikat“ („Hechscher“) erwerben, das sicherstellt, dass Lebensmittel und deren Herstellung nach den jüdischen Speisegesetzen erfolgen. Dabei werden die Zusammensetzung, die Vorprodukte, die Produktionsanlagen und der Herstellungsprozess von einem Rabbinat und dessen Vertretern

vorab kontrolliert und anschließend regelmäßig überwacht. Bestehende „nicht-koschere“ Produktionsanlagen können durch gründliche Reinigung unter Aufsicht eines Rabbiners („Kascherisierung“) für die Produktion koscherer Nahrungsmittel zugelassen werden.

Anders als bei der Produktion koscherer Nahrungsmittel für den amerikanischen oder französischen Markt müssen koschere Lebensmittel mit Ziel Israel von in Israel anerkannten Rabbinern oder Rabbinatsgerichten zertifiziert und mit dem Zusatz „Mit Bestätigung des Oberbischöps Israels“ versehen werden. Zusätzlich zu einem „regulären“ gibt es auch ein „streng koscheres Zertifikat“ („koscher le'mehadrin“), welches sich an die wachsende Gruppe der ultraorthodoxen Juden rich-

tet. Hierbei muss der Produktionsprozess nicht „regelmäßig“, sondern „laufend“ überwacht werden.

Das sich eine „koschere“ Produktion lohnen kann, zeigen Zahlen aus der Konsumforschung: Der normale Verbraucher von „Koscher“-zertifizierten Produkten gibt ungefähr 47 Prozent mehr für Lebensmittel aus im Vergleich zu Konsumenten, die auf dieses Qualitätsmerkmal keinen Wert legen.

US-Lebensmittelmärkte wachsen

Der US-amerikanische Markt ist für deutsche Lebensmittelhersteller, die den Geschmack der US-Amerikaner treffen und einen langen Atem während der Markteinführung mitbringen, ein sehr attraktiver Markt. Denn die Zeichen des US-Lebensmittelmärktes stehen weiterhin auf Wachstum.

Zwar sind die Kaufkraft-Unterschiede in den USA groß, im höheren Preissegment gibt es allerdings eine wachsende Gruppe von Verbrauchern, die gesundheitsbewusst einkauft und Wert auf Feinkost-Produkte legt. Und auch die junge Generation folgt diesem Trend und sucht vermehrt nach gesunden und ökologischen Alternativen in der Ernährung - ohne Gentechnik.

2013 wurden für Nahrungsmittel in den USA rund 1,6 Bill. US-Dollar ausgegeben, der Anteil der Nahrungsmittel ausgaben an den gesamten Ausgaben für den persönlichen Verbrauch belief sich auf rund 13 Prozent. Und der Markt wächst mit steigender Tendenz: Die USA sind zum Beispiel der weltweit größte Markt für Bioprodukte. 2015 sollen nach Studien des Marktforschers „Research and Markets“ 45 Mrd. US-Dollar allein für Bio-Produkte umgesetzt werden und ein jährliches Wachstum von 18 Prozent bis 2018 wird prognostiziert.

Lebensmitteleinzelhändler in den

USA bestätigen diese Aufwärtstendenz seit geraumer Zeit: Konsumenten geben vermehrt Geld für Lebensmittel aus.

Und noch ein Trend: Grundsätzlich lässt sich sagen, dass der US-Amerikaner immer seltener zu Hause kocht und wenn, dann vorzugsweise Fertiggerichte oder mit Hilfe arbeitserleichternder Zutaten, neudeutsch: Convenience-Produkte. Somit steigen der Außer-Haus-Verzehr und der Bedarf an Lebensmitteln, die einfach handhabbar sind und eine Anleitung zur Zubereitung enthalten. Deutsche Hersteller von Lebensmitteln können hier ansetzen und ihre Produkte positionieren. Dem US-Trend folgend, sollten deutsche Hersteller vorrangig die Qualität ihrer Produkte in den Fokus stellen.

Unabhängig vom Interesse deutscher Lebensmittelhersteller am US-amerikanischen Markt und seinem Bedarf tun sich viele mittelständische Unternehmen dennoch schwer, wenn es um die Markteinführung und -bearbeitung ihrer Produkte geht. Nicht zuletzt bedingt durch die Einfuhrvorgaben und Regularien seitens US-amerikanischer Behörden, wie der FDA (Food and Drug Administration). Besonders schwierig erscheinen deutschen Lebensmittelherstellern und -händlern die US-Kennzeichnungsvorschriften, Vorgaben für Zusatzstoffe, logistische Voraussetzungen bei der Verbringung, gestiegene Lebensmittelsicherheitsauflagen sowie der US-Trend zum Vertrieb über Discounter.

Die Arbeitsgruppe „Halal & Koscher“ der IHK Hannover befasst sich seit Mai 2011 mit Fragen zum Export von Lebensmitteln nach Halal- und Koscher-Standards. Nächstes Treffen: 1. Dezember in Hannover.

www.hannover.ihk.de/halal-koscher



Orthodoxe Juden legen besonders strenge Maßstäbe an Lebensmittel an.

IHK-Food-Forum USA - Israel

Beim Food-Forum USA - Israel am 17. November in der IHK steht unter anderem ein Workshop „Koscher im Produktionsprozess“ auf dem Programm. Natürlich denkt man bei koscheren Lebensmitteln vor allem an Israel. Aber abgesehen vom Qualitätsimage, das solchen Lebensmitteln oft haben, leben in den USA auch mehr Menschen jüdischen Glaubens als in Israel. Neben der Marktsituation in beiden Ländern geht es beim Food-Forum aber auch um Rahmenbedingungen, die das USA-Geschäft bereits heute oder künftig prägen: das Freihandelsabkommen TTIP und die Einfuhrvorschriften der US-Lebensmittelbehörde (FDA). Zur FDA bietet die IHK am 18. November auch ein ergänzendes Seminar an.

IHK-Food-Forum USA - Israel am 17. November in Hannover. Die Teilnahme kostet 100 Euro zzgl. 19 % USt. (brutto 119 €). Anmeldung: IHK Hannover, International, Tel. 0511/3107-200, international@hannover.ihk.de

www.hannover.ihk.de/halal-koscher

Gewerbeförderung in Stahl



Wir schaffen
Raum für
Produktivität



Tel. 05051 976-0
www.cornils.de
info@cornils.de

CORNILS
Qualität