

BRASILIANEN / NAHRUNGSMITTEL

Schwergewicht bei Halal-Produkten

Wichtiger Lieferant für islamische Länder / Von Johannes Dimas

BRASILIA (NfA/GTAI)--Der Markt für Halal- und koschere Lebensmittel bietet der Agrargroßmacht Brasilien viele Chancen. Die globale Nachfrage in beiden Produktkategorien steigt. Zudem lassen sich für entsprechende Nahrungsmittel regelmäßig höhere Preise durchsetzen. Dies trifft insbesondere auf tierische Produkte zu. Wichtige Voraussetzung ist dabei die entsprechende Halal- oder koschere Zertifizierung. Brasiliens Agrobusiness hat sich darauf eingestellt.

Brasilien ist noch vor Indien und den USA der größte Lieferant von Lebensmitteln der Mitgliedstaaten der Organisation für Islamische Zusammenarbeit (OIZ). Gemäß dem Bericht State of the Global Islamic Economy 2022 von DinarStandard beliefen sich die brasilianischen Nahrungsmittelexporte in diese Staaten 2020 auf 16,5 Mrd US-Dollar. Wichtige Zielländer sind der Iran, Saudi-Arabien und Ägypten.

Das weltweite Marktvolumen für Halal-Lebensmittel betrug letztes Jahr geschätzt 1,27 Bill Dollar. Bis 2025 prognostiziert DinarStandard einen Anstieg auf 1,67 Bill. Neben Halal-Lebensmitteln, auf die 2020 rund 72% der gesamten Halal-Importe der OIZ-Länder entfielen, bieten auch die Bereiche Pharma, Kosmetik, Mode, Reisen, Medien und Erholung einen bedeutenden Absatzmarkt für halal-zertifizierte Produkte. Diese Segmente sind kleinteiliger und für Brasilien weniger relevant. Experten sehen aber Ausbaupotenzial. Weltweit gaben die 1,9 Mrd muslimischen Verbraucher letztes Jahr in allen genannten Sektoren geschätzt 2 Bill Dollar aus.

1,5 Mio Arbeitsplätze hängen am Sektor

Nach Angaben von Fambras, einem Betreiber von Halal-Zertifizierern, hängen in Brasilien landesweit geschätzt 1,5 Mio Arbeitsplätze direkt oder indirekt mit dem Sektor zusammen. Dies sagte Fambras-Vizepräsident Ali Hussein El Zoghbi Ende 2021 in einem Interview mit dem Portal „Salaam Gateway“. Die eigene Mitarbeiterzahl beziffert er auf insgesamt rund 1.500 Beschäftigte.

Im Fleisch- und Geflügelsektor dominieren große Produzenten wie BRF und JBS die brasilianische Halal-Produktion. Laut Fambras summierten sich die Exporte von Halal-Fleisch und -Geflügel 2020 auf rund 4,7 Mrd Dollar. Brasilien exportierte ein Drittel seiner Hühnerfleischproduktion, wovon die Hälfte halal war. Beim Rindfleisch gingen circa 20% in muslimische Länder.

Der brasilianische Binnenmarkt für Halal-Produkte ist vergleichsweise unbedeutend. Muslime machen laut der letzten Volkszählung des brasilianischen Statistikamts IGBE aus dem Jahr 2010 nur 0,02% der gesamten Bevölkerung aus. Die meisten der rund 35.000 Muslime leben im Bundesstaat São Paulo (14.778) und im angrenzenden Paraná (8.706).

Unternehmen produzieren auch vor Ort

Brasilianische Unternehmen investieren auch im Ausland in die Halal-Produktion. So engagiert sich der brasilianische Gigant BRF unter anderem in der Türkei, Saudi-Arabien und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Deutsche Lieferanten von Lebensmitteltechnologie finden somit nicht nur in Brasilien Anknüpfungspunkte zur brasilianischen Industrie.

Die Digitalisierung eröffnet neue Wege zur Rückverfolgung und Validierung von Halal-Produkten. Experten diskutierten dieses Thema auf dem Global Halal Brazil Business Forum im Dezember in São Paulo. Mit dem Einsatz von Blockchain-Technologien kann der Zertifizierungsprozess sicher und zentral dokumentiert werden. QR-Codes am Produkt erleichtern die digitale Rückverfolgung.

Auf dem Forum war die Führungsriege der großen brasilianischen Fleisch- und Geflügelproduzenten BRF, JBS-Seara und Marfrig vertreten. Sie betonten, dass sie in die Nachhaltigkeit und Rückverfolgbarkeit ihrer Produkte investieren. So will Marfrig in den nächsten fünf Jahren umgerechnet knapp 93 Mio Dollar in eine nachhaltigere Produktion investieren. Die damit angestrebte Integration der Produktionskette, eine erhöhte Transparenz der Prozesse und die bessere Rückverfolgbarkeit der Produkte entspricht wichtigen Anforderungen an Halal-Lebensmittel. Die Überschneidungen zwischen Nachhaltigkeit und Halal bieten den Unternehmen Potenzial für Synergien.

Der globale Markt für koschere Lebensmittel ist kleiner als der für Halal-Produkte. Ein Bericht von Research and Markets aus dem Jahr 2021 schätzt den Weltmarkt 2020 auf 27,3 Mrd Dollar. Neben Israel sind die USA und Kanada wichtige Märkte.

USA / INTERNETDIENSTL.

Amazon schließt Partnerschaft mit Grubhub

SEATTLE/CHICAGO (Dow Jones)--Angebote des Essenslieferdienstes Grubhub werden in den USA künftig Teil des Prime-Pakets von Amazon sein. Der Deal des Online-Händlers mit der niederländischen Grubhub-Muttergesellschaft Just Eat Takeaway, zu der auch Lieferando gehört, beinhaltet zudem die Option auf eine niedrige Beteiligung an Grubhub.

Wie Just Eat Takeaway mitteilte, hat Amazon die Option, einen Anteil von 2% an Grubhub zu übernehmen. Je nach Performance und Neukundengewinnung kann der Konzern seinen Anteil auf bis zu 15% aufstocken. Prime-Mitglieder in den USA können künftig bei bestimmten Restaurants über Grubhub ohne Liefergebühr bestellen.

Just Eat bleibt zunächst Eigentümer von Grubhub und prüft auch weiterhin einen kompletten oder teilweisen Verkauf. Der Deal mit Amazon wird jährlich verlängert, wenn er nicht von einer der beiden Parteien beendet wird. Just Eat erwartet, dass die Kooperation beträchtlich zum Geschäft von Grubhub beiträgt.

USA / PHARMA

Eckert & Ziegler stellt Pharmazeutika für US-Partner her

BERLIN (Dow Jones)--Eckert & Ziegler hat einen Vertrag mit dem US-Pharmaunternehmen Ratio Therapeutics im Bereich Radiopharmaka unterzeichnet. Wie der deutsche Strahlentherapiespezialist mitteilte, geht es dabei um die gemeinsame Entwicklung und darauffolgende Herstellung von radiopharmazeutischen Produkten. Finanzielle Details wurden nicht genannt.