

Lebensmittel Zeitung 38 vom 18.09.2020 Seite 41

Marketing

Jahr für Jahr ansehnliche Wachstumsraten

Halal-Produkte bieten dem Lebensmittelhandel Potenzial – Studie der Unternehmensberatung S&B Strategy

München. Die muslimisch-gläubige Bevölkerung in Deutschland wächst. Doch im klassischen Lebensmittelhandel führen Halal-Produkte weiterhin ein Nischendasein. Eine aktuelle Studie zeigt die Potenziale auf.

Die Münchner Unternehmensberatung S&B Strategy hat das Marktsegment „Halal“ hinsichtlich seiner aktuellen Größe sowie des zu erwarteten Wachstums bis 2024 untersucht und dabei jährliche Wachstumsraten von rund 6 Prozent ermittelt.

„Ethnische Supermärkte sind aus dem Stadtbild Deutschlands nicht mehr wegzudenken. Für gläubige Muslime sind dabei insbesondere türkische und arabische Märkte wesentlich, da Halal-Produkte heute kaum im klassischen LEH oder Discounter zu bekommen sind“, analysiert Patrick Seidler, Partner für Food bei S&B Strategy, die derzeitige Marktlage.

Neben einer wachsenden muslimischen Bevölkerung in Deutschland und deren Bereitschaft, mehr Geld für Halal-Produkte auszugeben, seien auch Trends wie die Forderung nach steigender Transparenz und Nachhaltigkeit sowie die Entwicklung von Halal als Lifestyle Ursachen der steigenden Relevanz von Halal-Lebensmitteln. So zählen Produkte ohne tierische Inhaltsstoffe und Alkohol für viele Verbraucher zu den nachhaltigen Konsumententrends und zu einer bewussten Ernährung.

„Derzeit erreichen deutsche Supermärkte einen Großteil der muslimischen Bevölkerung nicht. Dies liegt nicht nur an fehlenden Produkten, sondern oftmals auch an fehlendem Vertrauen in die Produkte“, so Ex-PwC-Manager Seidler und fügt an: „Mit über 100 verschiedenen Halal-Zertifikaten verlieren viele Konsumenten den Überblick und vertrauen so eher dem inhabergeführten ethnischen Supermarkt.“ Neben Zertifikaten sind Moscheen und ethnische Lebensmittelgeschäfte die wesentlichen Orientierungshilfen bei der Sicherstellung einer Halal-Ernährung.

Zwar liefern Nahrungsmittelkonzerne wie Nestlé, Tönnies, Vion und Haribo längst Halal-Produkte, doch im klassischen LEH führen diese aktuell ein Nischendasein, im Großhandel sowie Discounter wird hingegen mit steigenden Umsätzen gerechnet. Neben dem hohen Marktwachstum sind insbesondere auch der hohe Fragmentierungsgrad des Wettbewerbsfeldes wesentliche Gründe für die Segmentattraktivität für Investoren, was aus Sicht von S&B Strategy in den kommenden Jahren zu wachsenden Übernahmen in diesem Bereich führen wird. „Für Investoren ist das zu erwartende hohe Marktwachstum natürlich spannend. Hinzu kommt, dass das Segment noch vergleichsweise

fragmentiert ist und potenzielle Add-On-Akquisitionen ermöglichen“, erläutert Studienleiter Patrick Seidler. Zudem biete sich die Möglichkeit zur Entwicklung einer Plattform für ethnische Lebensmittel.

bn/lz 38-20

6 % Wachstum pro Jahr erwartet die Unternehmensberatung S&B Strategy für das Halal-Food-Segment.

Halal-Fakten

Halal-Lebensmittel und -Getränke umfassen alle pflanzlichen Lebensmittel und Fleisch von religiös geschlachteten Tieren. Verboten (Haram) sind Alkohol und Schweinefleisch.

Die Produktion von Halal-Lebensmitteln muss streng getrennt von den aus religiöser Sicht verbotenen Lebensmitteln erfolgen.

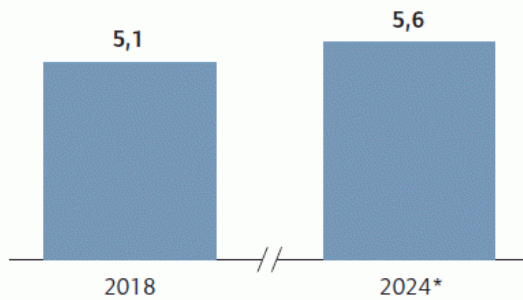
Der weltweit größte Halal-Produkt-Exporteur ist Thailand, Brasilien ist führend beim Export von Halal-Fleisch.

In Deutschland sind ethnische, oftmals familiengeführte Supermärkte die wesentlichen Vertriebskanäle. LEH und Discounter bauen ihr Sortiment aber kontinuierlich auf.

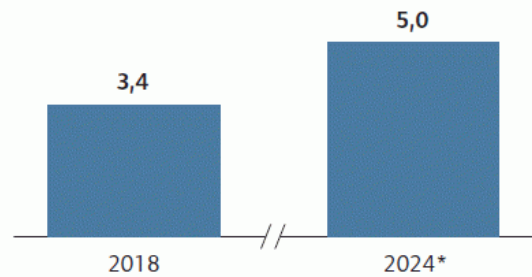
MEHR MUSLIME, HÖHERE AUSGABEN

Markt für Halal-Lebensmittel und -Getränke wächst beständig

Anzahl der Muslime in Deutschland in Mio.



Halal-Marktvolumen in Mrd. Euro



*geschätzt

QUELLE: DESTATIS, DINARSTANDARD, PEW RESEARCH, S&B RESEARCH, 2020

LEBENSMITTEL ZEITUNG GRAFIK

Mehr Muslime, höhere Ausgaben

Bildunterschriften

Noch in der Nische: Halal-Produkte werden immer stärker nachgefragt.

Foto: Santiago Engelhardt

Autor

- Bernd Nusser

Unternehmen/Institution

- Haribo
- Nestlé
- Vion

Person

- Patrick Seidler

Land/Ort

- Brasilien
- Deutschland

- Haram
- Thailand