



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Süßwaren, Knabber- artikel und Speiseeis in Israel

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

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	5
1. Executive Summary	7
2. Einleitung	8
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick	9
3.1 Länderinformation	9
3.2 Wirtschaftslage und Aussichten	9
3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion	11
3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren	13
4. Die Süßwaren-Industrie	14
4.1 Einführung in den Markt	14
4.2 Überblick über die lokale Produktion	14
4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie	15
4.4 Überblick über Exporte und Importe	16
5. Die Knabberartikel-Industrie	21
5.1 Kurze Einführung in den Markt	21
5.2 Überblick über die lokale Produktion	21
5.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie	22
5.4 Überblick über Exporte und Importe	22
6. Die Backwaren-Industrie	24
6.1 Kurze Einführung in den Markt	24
6.2 Überblick über die lokale Produktion	24
6.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie	25
6.4 Überblick über Exporte und Importe	25
7. Die Cerealien-Industrie	28
7.1 Kurze Einführung in den Markt	28
7.2 Überblick über die lokale Produktion	28
7.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie	28
7.4 Überblick über Exporte und Importe	29
8. Der Speiseeismarkt	31
8.1 Kurze Einführung in den Markt	31
8.2 Überblick über die lokale Produktion	31
8.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie	31
8.4 Überblick über Exporte und Importe	32
9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten	34
9.1 Günstige Rahmenbedingungen	34

9.2 Gemischte Tendenz bei Süßigkeiten und Knabberartikeln	35
9.3 Auslotung von Marktchancen	35
9.4 Koscher-Zertifizierung	35
10. Struktur der Vertriebsschienen	37
10.1 Kundengruppen	37
10.2 Entwicklung und Struktur des Lebensmitteleinzelhandels	38
10.3 Importeure.....	40
11. Marktzugangsvorschriften	41
11.1 Marktzulassung.....	41
11.2 Notifizierungsprinzip	42
11.3 „Ordnungsgemäße“ Importeure	42
11.4 Zollrechtliche Vorschriften	43
11.5 Höhe der Zollsätze	44
12. Kennzeichnungsvorschriften	45
13. Koscher-Zertifizierung	47
13.1 Erfordernis der Zertifizierung	47
13.2 Anforderungen an industrielle Herstellung.....	47
13.3 Das israelische Oberrabbinat.....	49
13.4 „Strenge“ Kaschrut	49
13.5 Wahl der zertifizierenden Stelle	50
13.6 Relevanz für andere Märkte	51
14. Wichtige Kontakte und Messen für Hersteller aus Deutschland	53
14.1 Wichtigste Importeure nach Produktgruppe	53
14.2 Wichtigste Hersteller nach Produktgruppe	54
14.3 Wichtigste Handelsbeteiligte: LEH, HoReCa, Großhandel	58
14.4 Wichtige Kontaktstellen bei Behörden und Organisationen.....	60
14.5 Wichtige Kontaktstellen bei Lebensmittelfachmessen	62

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: SWOT-Analyse Israel.....	11
Tabelle 2: Produktionsstruktur der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie im Jahr 2021, Mio. USD	12
Tabelle 3: Einfuhr von nicht kakaohaltigen Zuckerwaren inklusive Schokolade sowie kakaohaltiger Schokolade und anderen kakaohaltigen Nahrungsmittelzubereitungen der Jahre 2018 bis 2022 in Mio. USD	18
Tabelle 4: Einfuhr von gesüßten Keksen und gesüßtes Kleingebäck sowie Waffeln in den Jahren 2018 bis 2022 in Mio. USD.....	26
Tabelle 5: Einfuhr von Cerealien der Jahre 2018 bis 2022 in Mio. USD.....	29
Tabelle 6: Einfuhr von Speiseeis in den Jahren 2018 bis 2022, in Mio. USD	32
Tabelle 7: Schwellenwerte für die Sonderkennzeichnung gesundheitsschädlicher Nahrungsmittel.....	46

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Deutsche Süßwarenlieferungen	17
Abbildung 2: Süßwarenimporte insgesamt.....	18
Abbildung 3: Führende Lieferländer für nicht kakaohaltige Zuckerwaren einschließlich weißer Schokolade (HS 17.04) 2022	19
Abbildung 4: Führende Lieferländer für Schokolade und andere kakaohaltige Nahrungsmittelzubereitungen (HS-Code 18.06) das Jahr 2022.....	20
Abbildung 5: Führende Lieferländer für gesüßte Kekse und gesüßtes Kleingebäck (HS 1905.31) 2022.....	26
Abbildung 6: Führende Lieferländer für Waffeln (HS 1905.32) im Jahr 2022	27
Abbildung 7: Führende Lieferländer für Cerealien (HS 19.04) im Jahr 2022.....	30
Abbildung 8: Führende Lieferländer für Speiseeis (HS 21.05) 2022	33
Abbildung 9: Marktanteile der TOP 5 Lebensmittelhändler in Israel	38
Abbildung 10: Die fünf größten Lebensmittelhändler aus Israel mit ausgewählten Kennzahlen	39

Abkürzungsverzeichnis

AHK	Auslandshandelskammer
BDSI	Bund deutscher Süßwarenindustrie
BIP	Bruttoinlandsprodukt
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa

FICC	Federation of Israeli Chamber of Commerce
FMCG	Fast Moving Consumer Goods
ggü.	gegenüber
GTAI	Germany Trade and Invest
HS-Code	Harmonisiertes System, Internationale Nomenklatur zur Bezeichnung und Codierung von Waren in Zollsystemen
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
NFS	National Food Service ((Nationaler Lebensmitteldienst in Israel)
NIS	Neuer Israelischer Schekel
km ²	Quadratkilometer
s. a.	siehe auch
Tsd.	Tausend
u. dgl.	und dergleichen
USD	US-Dollar
V.A.T.	Value Added Tax
vgl.	vergleiche

1. Executive Summary

Israel ist trotz der aktuell sehr angespannten Kriegssituation ein attraktiver und kaufkräftiger Markt für Süßwaren. Israels Wirtschaft ist hoch entwickelt und nach Angaben der Weltbank erzielte das Land im Jahr 2022 ein kaufkraftbereinigtes Bruttoinlandsprodukt (BIP) je Einwohner von 49.509 US\$ und damit ein ca. 10 % geringeres BIP als Deutschland. Ein weiteres Charakteristikum ist der steigende Lebensstandard. Im Ergebnis steigen sowohl der Gesamtkonsum als auch die Zahl der Haushalte, welche sich hochwertige Produkte leisten können. Es ist zu hoffen, dass die wirtschaftlichen Konsequenzen des am 7. Oktober 2023 ausgebrochenen Gaza-Krieges mittel- und längerfristig mit einer raschen Überwindung der Kriegsfolgen und der Rückkehr zum Wachstum der Wirtschaftsleistung und des Verbrauchs verbunden sein werden.

Im Jahr 2022 verwendeten die israelischen Haushalte 0,36 % ihrer Konsumausgaben für „Süßigkeiten und Schokolade“. Israelische Verbraucher sind mit internationalen Süßwarenmarken vertraut und geben ihnen gegenüber einheimischen Produkten oft den Vorzug. Die Esskultur betrachtet den Verbrauch von Süßwaren als einen natürlichen und selbstverständlichen Teil der Ernährung. Der Konsum von Süßigkeiten gehört in Israel zum Lebensstil der meisten Landesbewohner. Das zeugt für die Relevanz der meisten in dieser Studie untersuchten Produktkategorien.

Ein Blick auf die israelische Außenhandelsstatistik zeigt, dass die Nahrungsmiteleinfuhr generell schnell steigt. In den Jahren 2018 bis 2022 nahmen die Einfuhr von Zuckerwaren einschließlich weißer Schokolade, nicht kakaohaltig und von Schokolade und anderen kakaohaltigen Nahrungsmittelzubereitungen in laufenden Dollarpreisen um 61,4 % bzw. um 52,2 % zu.

Die Zuverlässigkeit deutscher Lieferanten und die hohe Qualität deutscher Waren werden sehr geschätzt und es bestehen gute Chancen für deutsche Hersteller, ihre Süßwaren in Israel langfristig erfolgreich zu verkaufen.

2. Einleitung

Übernahme des Berichts von German Sweets:

Trotz steigender Ausfuhren deutscher Süßwaren nach Israel liegen nur wenig Informationen über den israelischen Süßwarenmarkt vor. Insbesondere Praxistipps zum Export sowie hilfreiche Markteinblicke fehlen bislang. Die vorliegende Marktstudie soll dabei helfen, die Verbraucher des Landes besser zu verstehen und Exportaktivitäten passend anzusetzen. Die Betrachtung der aktuellen Außenhandelszahlen zeigt eine positive Entwicklung deutscher Süßwarenlieferungen nach Israel.

Die vorliegende Studie beginnt mit einem gesamtwirtschaftlichen Überblick über die Politik und Wirtschaft des Staates, mit einem Fokus auf das politische System, die aktuelle Wirtschaftslage und die Außenwirtschaftspolitik. Im Anschluss folgen die Betrachtungen der israelischen Süßwaren-, Knabberartikel-, Backwaren- und Cerealien-Industrie sowie zum Speiseeismarkt. Um die Hersteller über den anspruchsvollen Export nach Israel bestmöglich zu informieren, soll diese Studie auch Anforderungen aus den Bereichen des Marktzugangs, des Kennzeichnungssystems und der Koscher-Zertifizierung aufzeigen. Den Abschluss bildet eine Aufstellung von wichtigen Kontakten und Anlaufstellen in Israel. Dieses Kapitel enthält sowohl einen Überblick zu den wichtigsten Akteuren der Branche als auch eine Übersicht der relevanten Messen und Fachveranstaltungen.

Die Studie verfolgt das Ziel, den Unternehmen der deutschen Süßwarenbranche Entwicklungsmöglichkeiten für ihren Export aufzuzeigen, vertrieblich relevante Informationen zu bieten und sie im Export zu unterstützen.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderinformation

Das im Nahen Osten, an der Ostküste des Mittelmeeres gelegene, parlamentarisch-demokratisch geführte Israel (amtlich: Staat Israel) zählt über 9 Mio. Einwohner. Drei Viertel der Bevölkerung – über 6,7 Mio. – gehören der ethnischen Gruppe der Juden an. Die Nation versteht sich als Nationalstaat des jüdischen Volkes.

Das Land erlebte in den letzten 20 Jahren eine bemerkenswerte wirtschaftliche Entwicklung. Trotz seiner sehr begrenzten geografischen Ausdehnung verfügt Israel über eine dynamische und technologisch fortschrittliche Wirtschaft. Dabei ist vor allem ein hochentwickelter Hightech-Sektor zu nennen.

Neben dem sehr starken Technologie- und Innovationsbereich entwickelte sich der Sektors des Landes stetig weiter. Der (bis zum Krieg im Jahr 2023) starke Tourismus, Hochtechnologie und Finanzdienstleistungen spielen für Israel eine wichtige Rolle. Das Land erarbeitete sich in den letzten 20 Jahren bei den westlichen Industrienationen inzwischen einen guten Ruf als Innovationszentrum, das durch zahlreiche Regierungsinitiativen und auch private Investitionen gefördert wird. Es besteht unter den westlichen Industrienationen Konsens darüber, dass Israel ein bedeutender Akteur im globalen Technologie- und Wirtschaftsgeschehen bleiben wird.

3.2 Wirtschaftslage und Aussichten

In politischer, wirtschaftlicher und kultureller Hinsicht lehnt sich Israel eng an die USA und Europa an. Mit den USA pflegt das Land zudem eine strategische Partnerschaft. Im Jahr 2000 trat das Assoziierungsabkommen zwischen der EU und Israel in Kraft.¹ Sowohl mit der EU als auch mit den USA existieren Freihandelsabkommen.² Demgegenüber erweist sich die Einbindung des Landes in die Nahostregion als sehr limitiert. Zwar unterhält Israel offizielle Beziehungen zu mehreren arabischen Ländern, darunter zwei Nachbarländern, wie Ägypten und Jordanien, doch gestaltet sich das Verhältnis oft nicht als spannungsfrei. Die wirtschaftliche Integration in die Region stößt ebenfalls an seine Grenzen, wobei die Vereinigten Arabischen Emirate, mit denen Israel in den letzten Jahren regen Handel betreibt, eine Ausnahme darstellen.³

¹ Europäische Kommission, Assoziationsabkommen EU-Israel tritt in Kraft, 31.05.2000, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/IP_00_557, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

² Ministry of Economy and Industry, Foreign Trade Administration, https://www.gov.il/en/departments/publications/reports/foreign_trade_agreements, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

³ Central Bureau of Statistics, Foreign Trade Statistics Monthly, December 2022, Table D 1.1., Trade Countries – Imports and Exports, https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2023/fr_trade12_2022/td1.pdf und https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2023/fr_trade12_2022/td1.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

Das Verhältnis zum Gaza-Streifen ist von wiederholten bewaffneten Konflikten mit der dort herrschenden Hamas-Organisation geprägt. Der jüngste, der am 7. Oktober 2023 nach einem Überfall der Hamas auf eine Reihe israelischer Ortschaften begann, erreichte bis dahin nicht gekannte Dimensionen. Nach Ansicht der Germany Trade and Invest (GTAI)⁴ reagieren die israelischen Märkte verunsichert. Es zeige sich eine nicht dramatische, aber doch spürbare Verunsicherung der einheimischen als auch der internationalen Wirtschaft als Folgen des Konflikts. Es drohen Unterbrechungen der Wirtschaftstätigkeit – das Ausmaß lässt sich jedoch aktuell noch nicht absehen. Ebenso lässt sich nicht absehen, wie ausländische Geldanleger reagieren, für die Israel ein bisher interessanter Markt ist. Im Jahr 2022 lagen die Direktinvestitionen ausländischer Investoren bei 27,8 Mrd. USD⁵, was 5,3 % des BIP entsprach⁶. Die meisten ausländischen Investitionen konzentrieren sich auf den Hightech-Bereich. Im Oktober 2023 unterhielten laut der Datenbank der gemeinnützigen israelischen Hightech-Organisation Start-up Nation Central 376 ausländische Unternehmen Forschungs- und Entwicklungs- oder Innovationszentren in Israel.⁷

⁴ GTAI Wirtschaftsumfeld Israel, <https://www.gtai.de/de/trade/israel/wirtschaftsumfeld/israel-gaza-konflikt-zieht-auch-die-wirtschaft-in-mitleidenschaft-1041692>, zuletzt aufgerufen am 26.10.2023

⁵ Central Bureau of Statistics, Israel's Balance of Payments 2022, Table 1, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/082/09_23_082t1.pdf, zuletzt aufgerufen am 26.10.2023

⁶ Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022, Table 6 – Expenditure on Gross Domestic Product, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/082/09_23_082t1.pdf und https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2020/070/08_20_070t1.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

⁷ Start-up Nation Central Finder, <https://finder.startupnationcentral.org/multinationals/search?&days=30&officetype=R%26D|Innovation%20Center&status=Active>, zuletzt aufgerufen am 26.10.2023

Tabelle 1: SWOT-Analyse Israel

Stärken	Schwächen
dynamischer und innovativer Hightech-Sektor Wirtschaftswachstum hohe Integration in die Weltwirtschaft steigender Eigenanteil an der Energieversorgung starke Zivilgesellschaft	ungenügende gesamtwirtschaftliche Produktivität hohes soziales Gefälle Wohnungsnot ungenügendes allgemeines Bildungsniveau ausbaubedürftige Infrastruktur
Chancen	Bedrohungen
Erschließung immer neuer Betätigungsfelder durch den Hightech-Sektor zukunftsweisende Forschung und Entwicklung Offenheit für moderne Technik in der gewerblichen Wirtschaft wachsende Schicht gut situerter Haushalte energetische Anbindung an Europa	hohes Kriegs- und Konfliktrisiko politische Polarisierung und innenpolitische Krise große Anfälligkeit der Nahost-Region für den Klimawandel Brain-Drain

Quelle: GTAI⁸

3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion

Die landwirtschaftlichen Erzeugungsflächen konzentrieren sich im Landesnorden und im Küstenstreifen entlang der israelischen Mittelmeerküste.⁹ Demgegenüber ist die von Wüste bedeckte und heiße südliche Hälfte des israelischen Territoriums weniger für Agrarproduktion geeignet und wird daher nur in geringem Umfang landwirtschaftlich genutzt.¹⁰ Plantagen konzentrieren sich auf den Norden Israels Landes, während Feldfrüchte vor allem im Süden sowie in der sogenannten Täler-Region (Valley Region oder Haamakim Region) im südlichen Teil des Landesnordens angebaut werden.¹¹

⁸ GTAI Wirtschaftsumfeld Israel, <https://www.gtai.de/de/trade/israel/wirtschaftsumfeld/wachstumsdynamik-und-strukturelle-schwachen--532322>, zuletzt aufgerufen am 26.10.2023

⁹ Landkarte der Agrarflächen des israelischen Landwirtschaftsministeriums (Ministry of Agriculture and Rural Development), <https://moag.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=deb443ad1b1f44a2baa74a4880d0ec27>, zuletzt aufgerufen am 27.2.2024,

¹⁰ ebenda

¹¹ Mapping Israels Agriculture, Landwirtschaftsministeriums (Ministry of Agriculture and Rural Development), <https://storymaps.arcgis.com/stories/7192f8ba970b404696ead8b91473bacc>, zuletzt aufgerufen am 27.2.2024,

Die landwirtschaftliche Anbaufläche belief sich im Jahr 2022 auf knapp 2,800 km²¹², was 12,7 % des gesamten Staatsgebietes entsprach.¹³ Der Beitrag der Landwirtschaft zum BIP ist gering. Im Jahr 2023 lag er bei 1,2 % – Tendenz sinkend.¹⁴ Der israelische Export in der Landwirtschaft konzentriert sich hauptsächlich auf pflanzliche Produkte. Auf diese entfielen im Jahr 2022 mit 93,7 % nahezu die gesamte Agrarausfuhr.¹⁵ Dagegen spielen lebende Tiere und tierische Produkte sowie tierische und pflanzliche Fette und Öle eine untergeordnete Rolle. Israel tritt als Nettoimporteure von Agrargütern auf. Im Jahr 2023 standen Exporten von lebenden Tieren und Erzeugnissen tierischen Ursprungs, Waren pflanzlicher Herkunft sowie tierischen und pflanzlichen Fetten im Wert von 1,5 Mrd. USD Importen im Wert von 6,3 Mrd. USD gegenüber.¹⁶ Der Deckungsgrad der Einfuhr durch die Ausfuhr lag damit bei 23,6 %.

Nahezu identisch zeigte sich dieser bei industriell verarbeiteten Nahrungsmitteln. Die Einfuhr von Produkten der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie belief sich auf 4,0 Mrd. USD, während die Ausfuhr 936 Mio. USD ausmachte.¹⁷ Der Deckungsgrad betrug 23,5 %.

Nach den jüngsten verfügbaren Angaben der israelischen Industriestatistik erzielte der gesamte Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakwirtschaftszweig im Jahr 2021 Bruttoeinnahmen von umgerechnet 25,2 Mrd. USD.¹⁸ Damit erreichte er 17,0 % des kompletten von der israelischen Industrie getätigten Umsatzes und stellte somit die zweitgrößte Sparte nach der Elektronikindustrie dar.¹⁹

Tabelle 2: Produktionsstruktur der Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakindustrie im Jahr 2021, Mio. USD ²⁰

Sparte	Umsatz
Herstellung Lebensmittel, Getränke und Tabakerzeugnisse	25.151
Herstellung Lebensmittel	22.261

¹² Central Bureau of Statistics, Statistical Abstract of Israel 2023, Table 21.2., https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2023/21.shnatonagriculture/st21_02.pdf, zuletzt aufgerufen am 20.10.2023

¹³ Central Bureau of Statistics, Statistical Abstract of Israel 2023, Table 1.1., https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2023/1.shnatongeography/st01_01.pdf, aufgerufen am 20.10.2023

¹⁴ Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022, Table 17 – Gross Domestic Product and Gross Domestic Business Product, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/054/08_23_054t18.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

¹⁵ Central Bureau of Statistics, Foreign Trade Statistics Monthly, December 2022, Table D 1.4. – Imports and Exports by Commodity Group – World Total, https://www.cbs.gov.il/he/publications/DocLib/2023/fr_trade12_2022/drop/d4t1.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

¹⁶ Central Bureau of Statistics, Foreign Trade Statistics Monthly, December 2022, Table D 1.4. – Imports and Exports by Commodity Group – World Total, https://www.cbs.gov.il/he/publications/DocLib/2023/fr_trade12_2022/drop/d4t1.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

¹⁷ ebenda

¹⁸ Central Bureau of Statistics, Manufacturing, Mining and Quarrying – Annual Indices and Summaries, 2021, Table 4, Revenue from Local Sales and Exports, by Industry (Class), <https://www.cbs.gov.il/en/publications/Pages/2023/Manufacturing-Mining-and-Quarrying-Annual-Indices-and-Summaries-2021.aspx>, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

¹⁹ ebenda

²⁰ Angaben der Industriestatistik in Binnenpreisen, umgerechnet nach dem jahresdurchschnittlichen Wechselkurs von 3,23 NIS/USD

Sparte	Umsatz
Herstellung Fertiggerichte, Fertigfuttermittel und sonstige Nahrungsmittel	4.780
Herstellung Getränke und Tabakerzeugnisse	2.896
Verarbeitung und Konservierung von Fleisch	2.458
Schlachthöfe für Rinder und Geflügel	2.456
Verarbeitung und Konservierung von Fisch, Krebstieren, Weichtieren, Obst und Gemüse	2.201
Herstellung pflanzlicher und tierischer Öle und Fette	464
Herstellung Molkereiprodukte	4.715
Herstellung Getreidemahlerzeugnisse, Stärke und Stärkeerzeugnisse	723
Herstellung Matze (ungesäuertes Brot)	101
Herstellung Bäckereierzeugnisse	3.053
Herstellung Zucker, Kakao, Schokolade und Zuckersüßware	680
Herstellung Makkaroni, Nudeln, Couscous und ähnliche mehlhaltige Erzeugnisse	631

Quelle: Central Bureau of Statistics, Manufacturing, Mining and Quarrying – Annual Indices and Summaries, 2021, Table 4, Revenue from Local Sales and Exports, by Industry (Class)

3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Die Einfuhr und der Vertrieb der Warenkategorie Süßwaren unterliegen einer Reihe relevanter Gesetze. So regelt Israel die Einfuhr von Lebensmitteln im Gesetz über den Schutz der öffentlichen Gesundheit (Lebensmittel) – Law for the Protection of Public Health (Food).²¹ Jeder Importeur benötigt demnach eine Genehmigung des im Gesundheitsministeriums ansässigen Nationalen Lebensmitteldienstes (National Food Service; NFS)²² (siehe Kapitel 11.1 Marktzulassung).

Alle eingeführten Nahrungsmittel werden als „empfindlich“ oder „nicht empfindlich“ eingestuft. Bei den nicht empfindlichen genügt eine Konformitätserklärung des Importeurs, der zufolge das betreffende Produkt der dafür geltenden israelischen Norm entspricht. (s. siehe Kapitel 11.1. Marktzulassung.)

Esswaren mit hohem Gehalt an Zucker, Natrium oder an gesättigten Fettsäuren unterliegen einer besonderen Kennzeichnungspflicht (siehe Kapitel 12 Kennzeichnungsvorschriften).

²¹ Mitteilung des Gesundheitsministeriums an die AHK Israel vom 12.11.2023

²² ebenda

Nicht fleischhaltige Importnahrungsmittel unterliegen keiner Verpflichtung koscher zu sein. Dass sich die allermeisten nach Israel eingeführten Süßwaren, Knabberartikel, Backwaren, Cerealien und Speiseeisarten als tauglich erweisen, liegt an der Marktanfrage (siehe Kapitel 13. Koscher-Zertifizierung).

4. Die Süßwaren-Industrie

4.1 Einführung in den Markt

Im Jahr 2022 haben israelische Haushalte 0,36 % ihrer Ausgaben für Süßigkeiten und Schokolade verwendet.²³ Die Gesamtkonsumausgaben beliefen sich im Jahr 2022 auf umgerechnet 251 Mrd. USD.²⁴ Daraus ergibt sich ein absoluter Betrag von 906 Mio. USD, den Familien für diese Position ausgaben. Im Jahr 2018 lag der Anteil dieser Warenkategorie bei 0,26 %.²⁵ In derselben Zeitspanne erhöhten sich die gesamten Konsumausgaben der Haushalte in realen Binnenpreisen um 17,2 %.²⁶ Daraus ergibt sich, dass die Ausgaben der Haushalte für Süßwaren in dieser Zeit in Binnenpreisen real um 60,1 % gestiegen sind.

Israelische Verbraucher kennen die internationalen Süßwarenmarken sehr gut und geben ihnen gegenüber einheimischen Waren oft den Vorzug. Als Beleg hierfür wertete diese Studie eine nicht repräsentative, aber trotzdem in hohem Maße aussagefähige Liste auf der Website der Supermarktkette Shufersal Süßwarenprodukte aus. Von den insgesamt 525 dort verzeichneten Erzeugnissen stammten 393, also 75 %, aus dem Ausland.²⁷

4.2 Überblick über die lokale Produktion

Als führender israelischer Hersteller von Süßwaren agiert die Strauss Group. Im Jahr 2022 nahm die Strauss Group mit einem Umsatz von umgerechnet 1,8 Mrd. USD den 3. Platz der israelischen Nahrungsmittelproduzenten ein.²⁸ Indessen konzentriert sich der größte Erzeuger, die Tnuva Group, auf Molkereiwaren, während das zweitgrößte Branchenunternehmen, Coca Cola Israel, sich auf Getränke fokussiert.

Im Jahr 1939 gegründet, verkörpert die Strauss Group heute eines der ältesten und traditionsreichsten Industriefirmen Israels. Heute stellt die Strauss Group ~~Strauss-Gruppe~~ im

²³ Central Bureau of Statistics, Price Statistics Monthly, September 2023, Table 4.2. Consumer Price Index (incl. V.A.T.), by Main Consumption Group and Sub-Group, https://www.cbs.gov.il/he/publications/madad/doclib/2023/price09a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

²⁴ Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022 – Private Consumption Expenditure by Type, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/081/08_23_081t7.pdf (Ursprüngliche Angaben in NIS, nach dem jahresdurchschnittlichen Wechselkurs von 3,36 NIS/USD umgerechnet), zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

²⁵ Central Bureau of Statistics, Consumer Price Index September 2018, Table 4.2. https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2018/price09a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

²⁶ Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022 – Private Consumption Expenditure by Type, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/054/08_23_054t13.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

²⁷ Eine von den Verfassern dieser Studie erstellte und ausgewertete, nicht veröffentlichte Liste.

²⁸ Dun & Bradstreet Israel, Ranking, Industrial Companies, https://www.duns100.co.il/en/rating/Industrial_Companies/Largest_Industrial_Companies, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023

Süßwarenssegment Schokoladenriegel, süße Snacks und Kaugummi her. Ihre Waren sind landesweit in den meisten Supermarktketten zu finden. Zugleich arbeitet sie auch als Importeur. Die Strauss Group betreibt nach eigenen Angaben 28 Produktionsstätten – davon in mehr als 20 Ländern – und beschäftigt weltweit rund 18.160 Mitarbeiter.²⁹

Ein weiterer wichtiger Akteur in Israel, die im Jahr 1973 etablierte Carmit Candy Industries, spezialisierte sich im Süßwarenbereich auf Schokoladenartikel und bringt unter anderem Schokoladenmünzen, Schokoladentafeln, Schokolade ohne Zuckerzusatz, milchfreie Schokolade und Schokoladensnacks auf den einheimischen Markt. Die Firma rundet ihr Angebot durch Einfuhr ab und betätigt sich zugleich als Exporteur.³⁰

4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Wie bereits weiter oben erwähnt, gaben die israelischen Haushalte 906 Mio. USD für Süßigkeiten und Schokolade aus. Angaben über den institutionellen und gewerblichen Sektor liegen nicht vor, doch ist dessen Nachfrage nach Süßwaren limitiert. Die israelischen Haushalte geben 906 Mio. USD für Süßigkeiten und Schokolade aus. Die Nachfrage nach Süßigkeiten und Schokolade im institutionellen und gewerblichen Sektor ist dagegen gering.

Zwar werden auf verschiedenen Veranstaltungen, wie auf Konferenzen von Unternehmen und amtlichen Stellen, in begrenztem Umfang „kleine Häppchen“ angeboten, jedoch handelt es sich dabei nur selten um Süßwaren. Bei Veranstaltungen im Kinder- und Jugendsektor werden oft Süßwaren angeboten, doch werden sie in der Regel von Eltern oder Jugendlichen selbst gekauft. Damit finden sie sich größtenteils schon in der Privatverbrauchsposition „Süßigkeiten und Schokolade“ wieder.

Im Jahr 2022 verwendeten die israelischen Haushalte 2,61 % ihrer Konsumausgaben für Mahlzeiten in Restaurants und Cafés. Allerdings sind industrielle Süßwaren bei den Restaurant- und Café-Ausgaben kaum vertreten.

Im November 2023 lagen die Verbraucherpreise für Süßigkeiten und Schokolade um 1,0 % über dem zwölf Monate zuvor verzeichneten Stand.³¹ Damit ging ihr Preisanstieg langsamer vonstatten als die allgemeine Erhöhung der Lebenshaltungskosten, die sich in der genannten Zeitspanne bei 3,7 % bewegten.³² Wachstumsrate der Lebensmittelpreise belief sich in dieser Zeit auf 4,6 %.³³

²⁹ Strauss Group Ltd., Annual Report, as at December 31, 2022, S. A1, <https://ir.strauss-group.com/wp-content/uploads/2023/05/%D7%93%D7%95%D7%97-%D7%9E%D7%9C%D7%90-%D7%90%D7%A0%D7%92%D7%9C%D7%99%D7%AA-%D7%A1%D7%95%D7%A4%D7%99.pdf>, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023

³⁰ Unternehmenswebsite (hebräisch), <https://www.carmit.co.il/>, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023

³¹ Price Statistics Monthly No. 10/2023, Central Bureau of Statistics, Table A https://www.cbs.gov.il/he/publications/madad/doclib/2023/price10a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023

³² ebenda

³³ ebenda

4.4 Überblick über Exporte und Importe

Die Ausfuhren deutscher Agrarprodukte und Lebensmittel nach Israel verzeichnen seit vielen Jahren einen kontinuierlichen Anstieg. So haben sich die Exporte dieser Warengruppen von Deutschland nach Israel seit dem Jahr 2006 (100.952 €) auf fast 285 Mio. € im Jahr 2022 nahezu verdreifacht. Diese Zahlen verdeutlichen den grundsätzlich sehr hohen Stellenwert von Lebensmitteln „Made in Germany“ im Land. Im gleichen Zeitraum gingen die Ausfuhren dieser Warengruppen von Israel nach Deutschland von 179 Mio. € im Jahr 2022 auf 136 Mio. Euro im Jahr 2022 zurück.

Die aus deutscher Sicht sehr positive Entwicklung zeigt sich ebenfalls bei den in dieser Marktstudie untersuchten Süß- und Zuckerwaren. Sowohl mengen- (+6 %) als auch wertmäßig (+12,7 %) legten die deutschen Ausfuhren in der ersten Jahreshälfte 2023 im Vergleich mit dem 1. Halbjahr 2022 zu. Insbesondere bei Kakao- und Schokoladenhalberzeugnisse erhöhte sich die Nachfrage deutlich. Waren es im 1. Halbjahr 2022 noch 645 Tonnen, lieferten die deutschen Importeure im 1. Halbjahr des Jahres 2023 bereits 965 Tonnen nach Israel. Die wertmäßigen Ausfuhren der ohnehin beliebten deutschen Schokoladenwaren wuchsen im ersten Halbjahr 2023 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum nochmals deutlich (15.249 Tsd. € auf 17.245 Tsd. €). Potential besteht hingegen bei Rohmassen und Knabberartikeln. Beide Produktgruppen verzeichneten im gleichen Zeitraum einen Abwärtstrend. Da salzige Snacks fast 30 % des Pro-Kopf-Süßwarenumsatzes bei der israelischen Bevölkerung ausmachen, bieten diese einen lukrativen Absatzmarkt.³⁴

Laut Prognosen von Global Data sollen in den nächsten vier Jahren (Jahre 2024 - 2028) vor allem die Produktgruppen Müsli, „Better for you“-Kekse, Kräcker, Brezeln und Müsliriegel mit einer Steigerung zwischen 10,2 und 11,4 % wertmäßig wachsen. Die beste Chance hierbei verzeichnet Müsli, welches bereits aktuell auf eine hohe Nachfrage bei der israelischen Bevölkerung stößt. Bei einem jährlichen Süßwarenkonsum von fast 20 kg pro Kopf, entfallen knapp mehr als 2 kg auf den Verzehr der Cerealien-Produkte. Hier bietet sich eine vielversprechende Markteinstiegsmöglichkeit. ().

³⁴ Bund der deutschen Süßwarenindustrie auf Grundlage von Global Data 2023 und Zahlen des Statistischen Bundesamtes

Deutsche Exporte von Süßwaren nach Israel 1. Halbjahr 2023, Menge in Tonnen

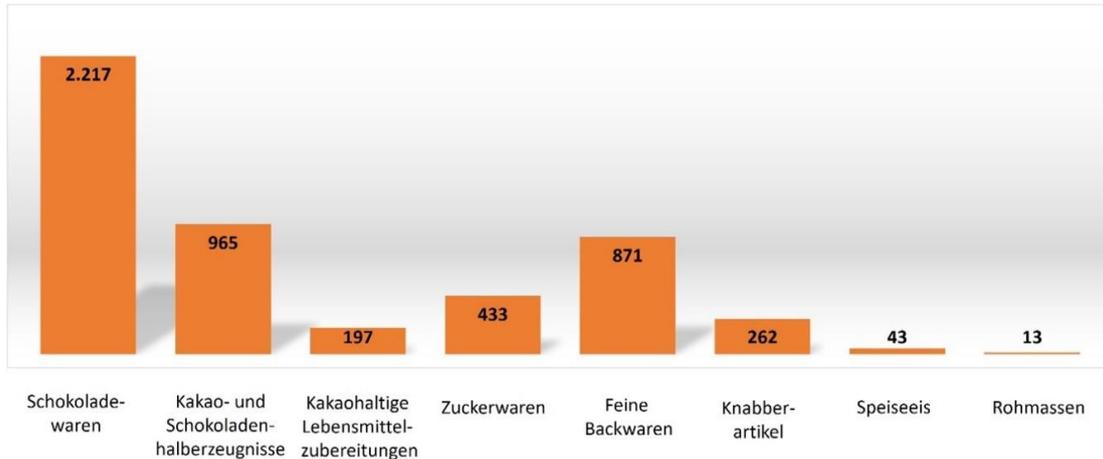


Abbildung 1: Deutsche Süßwarenlieferungen

Quelle: BDSI auf Grundlage des Statistischen Bundesamtes

Israels Gesamt-Süßwarenimporte stiegen in den Jahren 2017 – 2021 länderübergreifend stetig an, wie die nachfolgende Abbildung zeigt. Zu Deutschlands Konkurrenz zählen u. a. Luxemburg bei Schokoladewaren, Spanien bei Zuckerwaren, Italien bei Feinen Backwaren und die Türkei bei Speiseeis. Aber auch Süßwaren-Lieferungen aus Deutschland haben eine hohe Marktbedeutung für Israel. In den in der Abbildung 1 genannten Warengruppen gehört Deutschland mindestens zu den Top-10-Hauptlieferländern für Israel – bei Schokoladewaren sogar zu den drei wichtigsten Importeuren. Um die Hersteller über den anspruchsvollen Export nach Israel bestmöglich zu informieren, soll diese Studie auch Anforderungen etwa aus den Bereichen des Marktzugangs, des Kennzeichnungssystems und der Koscher-Zertifizierung aufzeigen.

Israel als Exportziel – Gesamt-Süßwarenimporte

Schokoladewaren, Zuckerwaren, Feine Backwaren, Speiseeis in Mio. US-Dollar

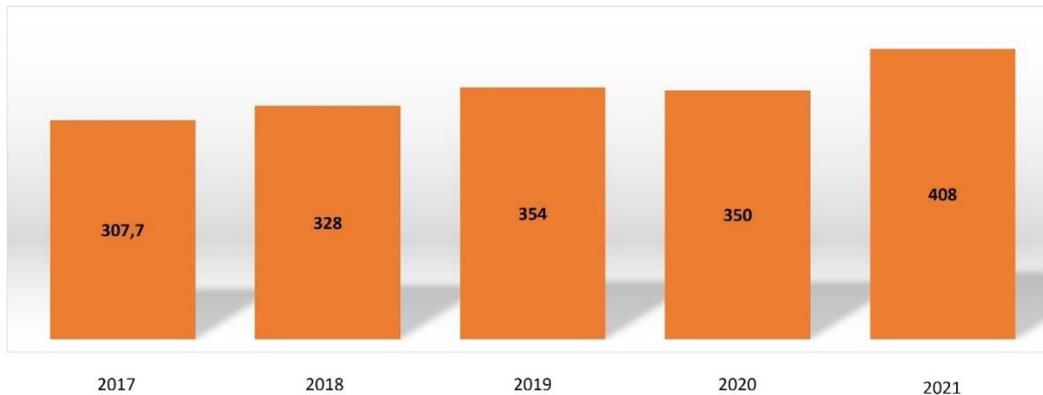


Abbildung 2: Süßwarenimporte insgesamt

Quelle: UN Comtrade 2023

In den Jahren 2018 bis 2022 nahmen die Einfuhr der HS-Position 17.04 (Zuckerwaren einschließlich weißer Schokolade, nicht kakaohaltig) und der HS-Position 18.06 (Schokolade und andere kakaohaltige Nahrungsmittelzubereitungen) in laufenden Dollarpreisen um 61,4 % bzw. um 52,2 % zu.

Tabelle 3: Einfuhr von nicht kakaohaltigen Zuckerwaren inklusive Schokolade sowie kakaohaltiger Schokolade und anderen kakaohaltigen Nahrungsmittelzubereitungen der Jahre 2018 bis 2022 in Mio. USD

Jahr	Einfuhr von Zuckerwaren usw. (HS 17.04)	Davon: aus Deutschland	Einfuhr von Schokolade usw. (HS 18.06)	Davon: aus Deutschland
2018	59,8	3,1	165,4	24,2
2019	64,4	3,5	178,2	27,4
2020	55,3	3,5	180,4	16,8
2021	81,3	4,5	201,5	19,0
2022	98,1	6,0	234,3	21,8

Quelle: UN Comtrade Database

Im Marktsegment der Süßwaren gehört Deutschland zu den wichtigsten Lieferländern. Importe dieser Warenkategorien spielen hier eine bedeutende Rolle.

Bei den nicht kakaohaltigen Zuckerwaren einschließlich weißer Schokolade (HS-Code 17.04) belegte Deutschland im Jahr 2022 mit einem Importmarktanteil von 6,1 % Rang fünf der Lieferantenliste wie die nachfolgende Abbildung aufzeigt.

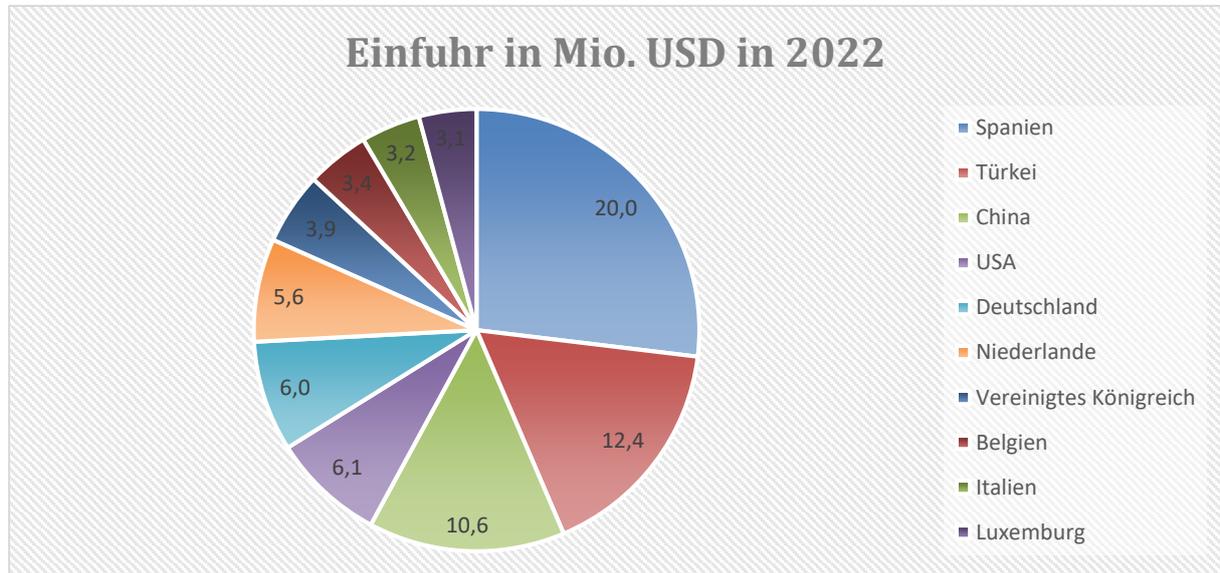


Abbildung 3: Führende Lieferländer für nicht kakaohaltige Zuckerwaren einschließlich weißer Schokolade (HS 17.04) 2022

Quelle: UN Comtrade Database

Die nachfolgende Abbildung 4 stellt dar, dass sich der deutsche Importmarktanteil bei Schokolade und anderen kakaohaltigen Nahrungsmittelzubereitungen (HS-Code 18.06) bei einem Lieferwert von 21,8 Mio. USD auf 9,3 % belief. Deutschland lag damit auf Platz vier der Top Ten Lieferländer.

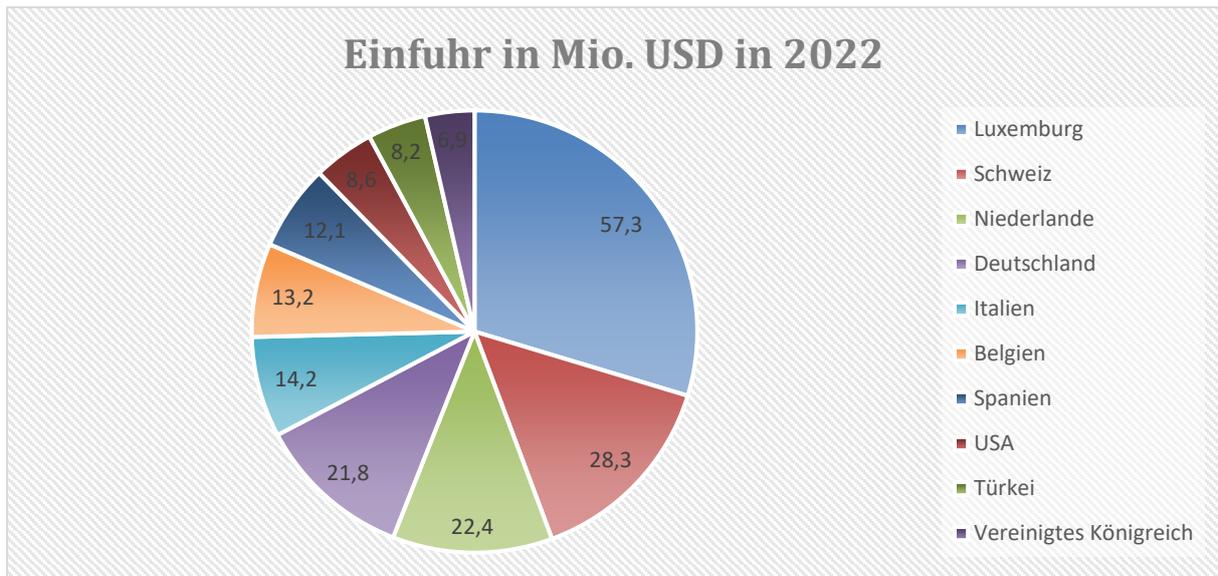


Abbildung 4: Führende Lieferländer für Schokolade und andere kakaohaltige Nahrungsmittelzubereitungen (HS-Code 18.06) das Jahr 2022

Quelle: UN Comtrade Database

Der deutsche Importmarktanteil bei Schokolade und anderen kakaohaltigen Nahrungsmittelzubereitungen ist höher als bei nicht kakaohaltigen Zuckerwaren, doch wiesen die Lieferungen letzterer Kategorie in den Jahren 2020 bis 2022 einen kräftigen Anstieg auf. Die Popularität deutscher Produkte lässt sich auch an der Vielfalt der in Deutschland erzeugten Marken erkennen. Auch hierzu soll beispielhaft das Süßwarensortiment der Supermarktkette Shufersal herangezogen werden. Von den dort geführten 393 importierten Süßwarenproduktmarken stellte Deutschland allein 98, also 24,9 %, her.³⁵

Bei der Einfuhr von Vorprodukten für die Süßwarenindustrie spielen vor allem Bezüge von Zucker aus Deutschland eine bedeutende Rolle. Im Jahr 2022 importierte Israel Rohrzucker, Rübenzucker und chemisch reine Saccharose (HS-Code 17.01) im Wert von 231,3 Mio. USD. Hiervon entfielen 11,8 Mio. USD bzw. 5,1 % auf Deutschland. Der Import anderer Zucker (HS 17.02) lag bei 23,7 Mio. USD, wobei die Einfuhr aus Deutschland mit 2,9 Mio. USD gar 12,2 % ausmachte.

Im Bereich Mischungen und Zubereitungen von Riechstoffen, wie sie die Nahrungsmittel- oder Getränkeindustrie verwendet, erreichten deutsche Unternehmen einen Importumsatz von 2,1 Mio. USD. Das entsprach einem Marktanteil von 1,8 %. Bei Vorprodukten aus Kakao spielten Lieferungen aus Deutschland keine oder keine nennenswerte Rolle.

³⁵ Eine von den Verfassern dieser Studie erstellte und ausgewertete, nicht veröffentlichte Liste.

5. Die Knabberartikel-Industrie

5.1 Kurze Einführung in den Markt

Offizielle statistische Angaben zu dem mit Knabberartikeln erzielten Bruttoeinnahmen liegen nicht vor. Jedoch handelt es sich um eine populäre Warenkategorie. Das Portal Finance Walla schätzte den Umsatz auf dem Knabberartikel-Markt im Jahr 2020 auf umgerechnet rund 530 Mio. USD.³⁶ In den Jahren 2021 bis 2023 wuchs die Landesbevölkerung um 5,7 % (Jahresmitte 2023 gegenüber Jahresmitte 2020).³⁷ Aufgrund dessen wird von einer weiteren Erhöhung des Marktumfangs ausgegangen.

Damit dürfte der Erwerb von Knabberartikeln in konstanten Binnenpreisen in ähnlichem Umfang gestiegen sein. Ein Vergleich der laufenden Dollargegenwerte lässt sich wegen der in dieser Zeit erfolgten Wechselkursänderungen nicht mehr aussagekräftig anstellen. Zu den beliebtesten Knabberartikeln gehören Erdnussflips und kleine, hartgebackene Salzbrezeln. Sie werden mit dem aus dem Jiddischen stammenden Wort „Bejgele“ bezeichnet. Zusätzlich dazu bevorzugen israelische Konsumenten eine Vielzahl von Knabberartikeln.

5.2 Überblick über die lokale Produktion

Zu den führenden Herstellern von Knabberartikeln gehören die Großhersteller von Nahrungsmitteln Osem Investments Ltd., besser als Osem bekannt und die Strauss Group. Osem, eine Tochterfirma des Nestlé-Konzerns und Hersteller von Erdnussflips, erzielt nicht nur den höchsten Umsatz, sondern hat sich fast schon zu einem nationalen Symbol entwickelt. Bamba ist ein Snack aus Erdnüssen und Mais, dem im Laufe der Zeit weitere Geschmacksrichtungen hinzugefügt wurden.³⁸ Das Produkt kam im Jahr 1964 auf den Markt und ist seitdem eine Ikone der Volkskultur. In der Stadt Kiryat Gat, in der das Produkt hergestellt wird, gibt es sogar ein Bamba-Besucherzentrum.³⁹ Die Wirtschaftszeitung Globes schätzte den Anteil von Bamba am Knabberartikel-Markt im Jahr 2019 auf rund 25 %.⁴⁰

Neben Bamba bringt Osem eine Reihe weiterer Knabberartikel in die Verbraucher-Regale. Allerdings reichen diese von ihrer Bedeutung her nicht an den Hauptumsatzträger Bamba heran.

³⁶ Finance Walla, Schinitem Hergelei Achila ba-Schana ha-achrona? Uwchen, achschaw ze gam muchach: Habt ihr eure Essgewohnheiten im letzten Jahr geändert? Nun, jetzt ist es bewiesen, <https://finance.walla.co.il/item/3416817>, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

³⁷ Central Bureau of Statistics, Monthly Bulletin of Statistics, Oktober 2023, Table B1, Population, by Population Group, <https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2023/yarhon1023/b1.pdf>, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

³⁸ Website des Unternehmens, Bamba, <https://www.osem-nestle.co.il/>, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

³⁹ ebenda

⁴⁰ Globes, Ha-Bamba schel Osem akfa et ha-Mutag ha beinle'umi wekawascha et ha-Makom ha-rischo be-Madad ha-Mutagim, ohne Datumsangabe, <https://www.globes.co.il/news/sparticle.aspx?did=1001447862>, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

Die Strauss Group produziert eine Reihe von Snacks. Das Unternehmen spezialisierte sich auf salzige Snacks in verschiedenen Geschmacksrichtungen.⁴¹ Eine seiner bekanntesten Marken hierbei: die aus Kartoffeln gewonnenen Tapuchips. Für andere Snacks wie Doritos und Cheetos finden Maiskörner Verwendung.⁴² Die Strauss Group stellt seine salzigen Snackprodukte in Zusammenarbeit mit Frito-Lay, Teil des PepsiCo-Konzerns, her.⁴³

Neben den Großanbietern agieren auch kleinere Erzeuger in Israel. Einer von ihnen das Unternehmen A.M. Hatifay Haemek, angesiedelt in der nordisraelischen Stadt Migdal Haemek.⁴⁴ Das Unternehmen stellt Kartoffelchips und salzige Snacks sowie tiefgefrorene Lebensmittel her.⁴⁵ In Beit Shemesh, rund 20 km westlich von Jerusalem, befindet sich der Firmensitz des auf Kartoffelchips spezialisierten Nahrungsmittelherstellers Mana Y.A. Ltd.⁴⁶

5.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Wie bereits erwähnt, erfasst die Konsumausgabenstatistik Knabberartikel nicht separat. Eine Schätzung für das Jahr 2020 ging von einem Marktvolumen von 530 Millionen USD pro Jahr aus (vgl. Kapitel 5.1.). Im institutionellen Sektor sind salzige Knabberartikel häufiger anzutreffen als Süßwaren, doch stellen sie auch in diesem Bereich keinen bedeutenden Nachfrageträger dar. Das gilt auch für den Gastronomiebereich. Angesichts der fehlenden statistischen Erfassung sind keine relevanten Aussagen zur Entwicklung oder Preisentwicklung von Knabberartikeln möglich.

5.4 Überblick über Exporte und Importe

Separate Angaben zur Einfuhr von Knabberartikeln existieren in der Außenhandelsstatistik ebenso nicht. Allerdings dürften Importe in dieser Warenkategorie eine deutlich geringere Rolle spielen, als es bei Süßwaren der Fall ist. Ein gewisses Indiz dafür liefert das erwähnte Sortiment von Shufersal, der größten Supermarktkette des Handels. Während die Zahl der importierten Süßwarenmarken 75 % aller in diesem Sortiment enthaltenen Marken ausmacht, trifft dies (Stand November 2023) auf 77 der von Shufersal angebotenen 232 Knabberartikel-Marken zu, was einem Anteil von 33,2 % entspricht. Anders als bei Süßwaren waren deutsche Erzeugnisse in dem Sortiment kaum vertreten. Lediglich zwei der 77 Importmarken stammten aus Deutschland.

⁴¹ Unternehmenswebsite, https://www.strauss-group.com/activity/salty_snacks/, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

⁴² ebenda

⁴³ ebenda

⁴⁴ Dun and Bradstreet Israel, Dunsguide, https://www.dunsguide.co.il/en/C9abce729d22eadc2f49b1fb3cad8e8af_salty_snacks/am_hatifay_haemek/, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

⁴⁵ Dunsguide Israel, https://www.dunsguide.co.il/en/C9abce729d22eadc2f49b1fb3cad8e8af_salty_snacks/am_hatifay_haemek/, zuletzt aufgerufen am 27.2.2024

⁴⁶ Portal Chechedin, <https://www.checkid.co.il/company/%D7%A0%D7%94-%D7%99.%D7%90-%D7%91%D7%A2~%D7%9E-511830150>, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

Israelische Knabberartikel werden hauptsächlich für den Verkauf in koscheren Läden in Ländern mit koscherem Lebensmittelangebot exportiert. Es existieren aber auch andere Exportkanäle. So brachte der Hersteller Osem die Bamba-Erdnussflips nach Unternehmensangaben im Jahr 2019 in den allgemeinen Einzelhandel I in den USA.⁴⁷ Der israelische Hersteller von Knabberartikeln, Afifit, bietet ausländischen Kunden die Möglichkeit, ihre eigenen Hausmarken herstellen zu lassen.

Bei der israelischen Einfuhr von Rohstoffen und Vorprodukten für Knabberartikel spielen Bezüge aus Deutschland bei Mehl und Kartoffeln eine Rolle. Im Jahr 2022 importierte Israel sowohl Mehl als auch Kartoffeln im Wert von jeweils 3,3 Mio. USD.⁴⁸ Damit erreichte der deutsche Importmarktanteil bei Mehl 27,2 % und bei Kartoffeln 10,8 %. Importe von Mais und Erdnüssen aus Deutschland verzeichnet die israelischen Außenhandelsstatistik dagegen nicht.

⁴⁷ Shany Moses, Osem has inaugurated a Bamba factory in Kiryat Gat at a cost of NIS 200 million, Globes, 19.01.2019
<https://en.globes.co.il/en/article-osem-ceo-our-dream-bamba-in-every-us-supermarket-1001273833>, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

⁴⁸ UN Comtrade Database
<https://comtradeplus.un.org/TradeFlow?Frequency=A&Flows=X&CommodityCodes=TOTAL&Partners=0&Reporters=all&period=2022&AggregateBy=none&breakdownMode=plus>, zuletzt aufgerufen am 09.11.2023

6. Die Backwaren-Industrie

6.1 Kurze Einführung in den Markt

Backwaren erfreuen sich in Israel hoher Beliebtheit. Im Jahr 2022 verwendeten die israelischen Haushalte für den Posten „Kekse, Kuchen und Gebäck“ 0,70 % ihrer Konsumausgaben.⁴⁹ Da die Gesamtkonsumausgaben der israelischen Haushalte im Jahr 2022 bei umgerechnet 251 Mrd. USD lagen⁵⁰ (vgl. Kapitel 3.1), gaben sie insgesamt 1,76 Mrd. USD für Kekse, Kuchen und Gebäck aus.

Der Markt expandiert. Der Anteil dieser Position an den Konsumausgaben stieg im Jahr 2022 gegenüber dem Jahr 2018: im Jahr 2018 betrug er 0,70 %.⁵¹ Unter Berücksichtigung des in dieser Zeitspanne in konstanten Binnenpreisen verzeichneten Erhöhung des Gesamtkonsums um 17,2 %⁵² nahmen die Ausgaben für diesen Posten in konstanten Binnenpreisen in dieser Zeitspanne um 25,8 % zu.

6.2 Überblick über die lokale Produktion

Das Gros der Ausgaben für Backwaren entfällt auf die einheimische Produktion. Zu den führenden Herstellern industrieller Backwaren gehört Osem. Das Unternehmen Osem stellt eine Vielzahl von Knabberartikeln her wie Erdnussflips, Salzbrezeln und Cracker. Ein anderer bedeutender Knabberartikelhersteller ist Gidron Industries Ltd. Die in Holon, einer südlichen Anrainerstadt Tel Avivs gelegene Firma spezialisierte sich neben einer Reihe von Brotprodukten auch auf Feinbackwaren. Gidron Industries Ltd. ist eine hundertprozentige Tochterfirma der größten israelischen Supermarktkette Shufersal.⁵³ Allerdings verkauft das Unternehmen seine Produkte nicht nur an das Mutterhaus, sondern auch an externe Kunden.⁵⁴

Konditoreien inklusive Konditorei-Ketten treten als weitere wichtige Anbieter von Backwaren auf. Die größte von ihnen, Roladin, verfügt über 103 Filialen (Stand Dezember 2023).⁵⁵ Sechs neue Filialen befanden sich zu diesem Zeitpunkt in Planung.⁵⁶

⁴⁹ Central Bureau of Statistics, Price Statistics Monthly, September 2023, Table 4.2 Consumer Price Index (incl. V.A.T.), by Main Consumption Group and Sub-Group, https://www.cbs.gov.il/he/publications/madad/doclib/2023/price09a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁵⁰ Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022 – Private Consumption Expenditure by Type, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/081/08_23_081t7.pdf (Ursprüngliche Angaben in NIS, nach dem Jahresdurchschnittlichen Wechselkurs von 3,36 NIS/USD umgerechnet), zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁵¹ Central Bureau of Statistics, Consumer Price Index September 2018, Table 4.2. https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2018/price09a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁵² Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022 – Private Consumption Expenditure by Type, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/054/08_23_054t13.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

⁵³ Website des Unternehmens, <https://www.shufersal.co.il/tadmit/about/organizational-structure/subsidiaries/>, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

⁵⁴ ebenda

⁵⁵ Website des Unternehmens, <https://www.roladin.co.il/%d7%94%d7%a1%d7%99%d7%a4%d7%95%d7%a8-%d7%a9%d7%9c-%d7%a8%d7%95%d7%9c%d7%93%d7%99%d7%9f-copy/>, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

⁵⁶ ebenda

Roladin, ein relativ junges Unternehmen, stieg schnell zu einem wichtigen Player auf. Die im Jahr 1989 als ein kleiner Laden in Ramat asharon, einer Anrainerstadt Tel Avivs, gegründete Firma setzte sich rasch durch.⁵⁷ Eine unternehmenseigene Zentralkonditorei beliefert hierbei die Filialen.⁵⁸

Eine weitere bedeutende Konditorei-Kette ist Neeman Pastry and Café mit 50 Filialen.⁵⁹ Auch diese werden von einer unternehmenseigenen Zentralbäckerei versorgt.⁶⁰ Einen weiteren Akteur verkörpert die Aroma Espresso Bar, eine Kaffeehauskette mit relativ breitem Speisemenü, zu dem neben Salaten, Sandwiches und Frühstücksangeboten auch Backwaren gehören. Nach Eigenangaben unterhält das Unternehmen landesweit fast 200 Filialen.⁶¹

6.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Die israelischen Haushalte gaben im Jahr 2022 umgerechnet 2,0 Mrd. USD für Kekse, Kuchen und Gebäck aus. Allerdings besteht in diesem Bereich auch eine relativ große Nachfrage im institutionellen Sektor. Backwaren fallen oft in die Kategorie „Bewirtung“ bei Konferenzen, Geschäftstreffen und anderen geschäftlichen und administrativen Begegnungen. Deshalb lässt sich ihr Kauf für diesen Zweck aus dem Etatposten „Bewirtungsausgaben“ finanzieren.

Die „traditionellen“ Plätzchen, Teigtaschen und dergleichen bekommen vielfach Konkurrenz von als „feiner“ empfundenen Produkten wie Kanapees oder Käsehäppchen. Als eine gesündere Alternative gilt auch Obst. Dennoch haben Backwaren immer noch einen festen Platz im institutionellen Sektor. Im November 2023 lagen die Aufwendungen der Verbraucher für Kekse, Kuchen und Gebäck um 3,7 % über dem zwölf Monate zuvor verzeichneten Stand.⁶² Damit stiegen sie genauso wie die der Lebenshaltungskosten.⁶³ Die Erhöhung der Lebensmittelpreise belief sich in dieser Zeitspanne auf 4,6 %.⁶⁴

6.4 Überblick über Exporte und Importe

Bedeutende Einfuhrpositionen der Backwarensparte sind gesüßte Kekse und gesüßtes Kleingebäck (HS 1905.31) sowie Waffeln (HS 1905.32). Ihre Einfuhr lag im Jahr 2022 bei insgesamt 136,9 Mio. USD, Tendenz steigend. Die Importe aus Deutschland unterlagen in dieser Zeit zum Teil starken Schwankungen wie die nachfolgende Tabelle 4 zeigt.

⁵⁷ Website des Unternehmens, <https://www.roladin.co.il/%d7%94%d7%a1%d7%99%d7%a4%d7%95%d7%a8-%d7%a9%d7%9c-%d7%a8%d7%95%d7%9c%d7%93%d7%99%d7%9f-copy/>, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

⁵⁸ ebenda

⁵⁹ Website des Unternehmens (hebräisch), <https://neeman.co.il/>, zuletzt aufgerufen am 10.11.2023

⁶⁰ ebenda

⁶¹ Website des Unternehmens, <https://www.aroma.co.il/en/our-story/>, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

⁶² Price Statistics Monthly No. 10/2023, Central Bureau of Statistics, Table A 4.2, https://www.cbs.gov.il/he/publications/madad/doclib/2023/price10a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

⁶³ ebenda

⁶⁴ ebenda

Tabelle 4: Einfuhr von gesüßten Keksen und gesüßtes Kleingebäck sowie Waffeln in den Jahren 2018 bis 2022 in Mio. USD

Jahr	Einfuhr von gesüßten Keksen und ähnlichem Kleingebäck (HS 1905.31)	Davon aus Deutschland	Waffeln (HS 1905.32)	Davon aus Deutschland
2018	46,5	3,0	46,7	4,9
2019	46,7	4,9	49,8	5,2
2020	50,6	2,7	52,4	2,5
2021	51,2	2,6	60,7	2,7
2022	64,9	3,0	72,0	3,7

Quelle: UN Comtrade Database

Die führenden Lieferländer Israels für gesüßte Kekse und gesüßtes Kleingebäck (HS 1905.31) waren im Jahr 2022 die Schweiz, die Niederlande und die Türkei wie die Abbildung 5 darstellt. Zusammen konnten die drei führenden Lieferländer einen Importmarktanteil von 53,8 % verbuchen. Bei Waffeln führten Italien und Luxemburg die Top-Ten-Liste mit großem Abstand an und erzielten zusammen einen Importmarktanteil von 66,1 wie die darauffolgende Abbildung 6 aufzeigt.

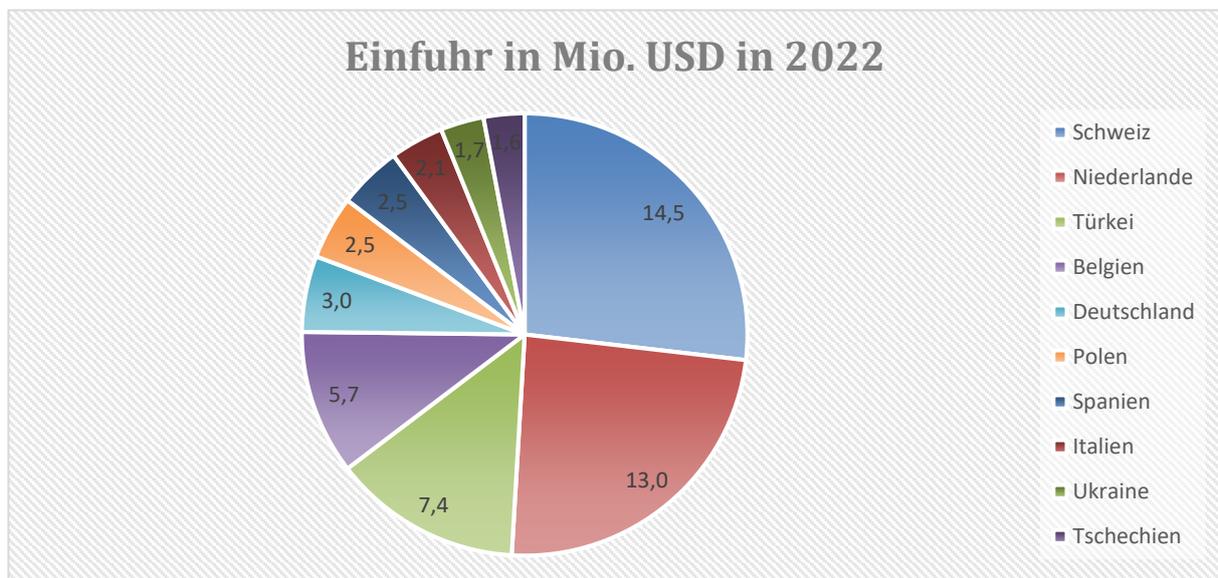


Abbildung 5: Führende Lieferländer für gesüßte Kekse und gesüßtes Kleingebäck (HS 1905.31) 2022

Quelle: UN Comtrade Database

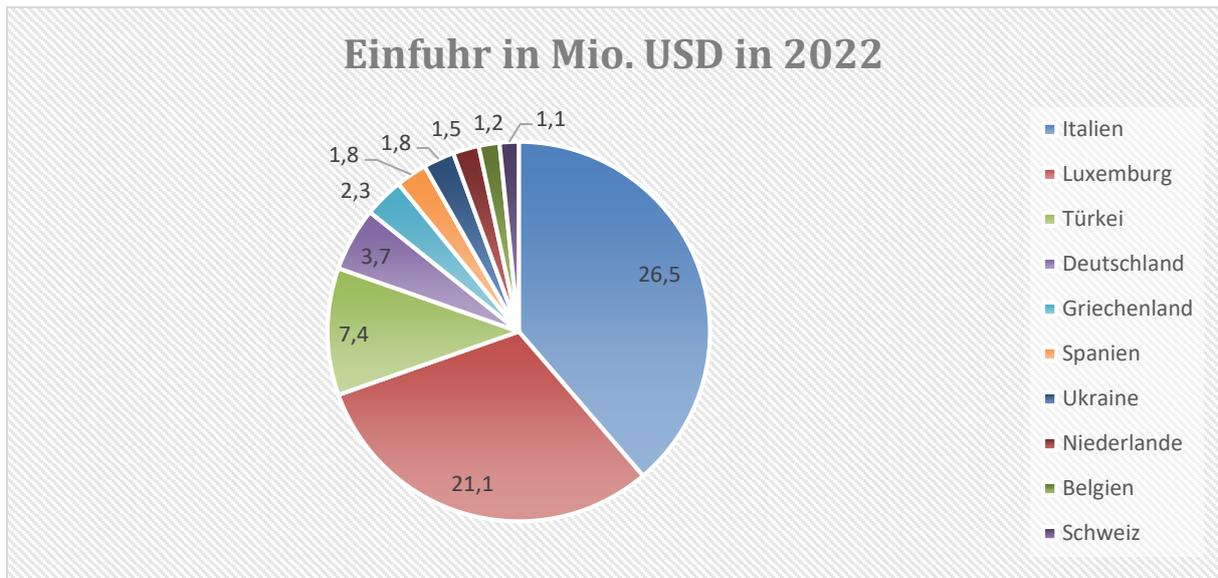


Abbildung 6: Führende Lieferländer für Waffeln (HS 1905.32) im Jahr 2022

Quelle: UN Comtrade Database

Die israelischen Exporte von Backwaren fallen kaum ins Gewicht. Im Jahr 2023 lag die Ausfuhr von Keksen und ähnlichem Kleingebäck sowie von Waffeln bei insgesamt 6,2 Mio. USD. Das entsprach gerade mal einem Anteil von 4,5 % der Einfuhr.⁶⁵

⁶⁵ UN Comtrade Database , <https://comtradeplus.un.org/TradeFlow?Frequency=A&Flows=X&CommodityCodes=TOTAL&Partners=0&Reporters=all&period=2022&AggregateBy=none&breakdownMode=plus>, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

7. Die Cerealien-Industrie

7.1 Kurze Einführung in den Markt

Nicht nur Kinder, sondern auch ein Großteil der erwachsenen Israelis verzehrt gerne Cerealien. Der Anteil der Konsumausgaben, die israelische Haushalte für die Position „Cerealien und deren Produkte“ aufwandten, lag im Jahr 2022 bei 0,4 %.⁶⁶ So gaben die Haushalte unter Berücksichtigung der Gesamtkonsumausgaben von umgerechnet 251 Mrd. USD, (siehe auch Kapitel 3.1)⁶⁷ knapp 1 Mrd. USD für Cerealien aus. Zwar war der Anteil der für Cerealien und deren Produkte getätigten Haushaltskonsumausgaben im Jahr 2022 etwas niedriger als im Jahr 2018, in dem er sich auf 0,43 % belaufen hatte.⁶⁸ Weil aber die Gesamtkonsumausgaben zwischen den Jahren 2018 und 2022 real um 17,2 % stiegen, nahmen die Aufwendungen für Cerealien und deren Produkte in dieser Zeitspanne in konstanten Binnenpreisen um 8,8 %.⁶⁹

7.2 Überblick über die lokale Produktion

Der mit großem Abstand führende Hersteller von Cerealien, die Firma Unilever Israel, vertreibt ihre Cerealien unter dem Markennamen Telma. Da auch Importe einen erheblichen Teil dieser Warenkategorie ausmachen, bleibt der Produktionsumfang anderer israelischer Produzenten gering.

7.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Die Privathaushalte gaben im Jahr 2022 umgerechnet 1,0 Milliarden USD für Cerealien aus. Statistiken zum Verbrauch im institutionellen Sektor liegen nicht vor. Allerdings lässt sich eine relative hohe Nachfrage dieser Warenkategorie in diesem Marktsegment konstatieren.

Der Grund dafür liegt in der Tatsache, dass Cerealien als Teil der regulären Alltagsernährung gelten. Damit sind sie oft Teil der Verpflegung, die beispielsweise Krankenhauspatienten, Soldaten während ihres Wehrdienstes erhalten. In Hotels gehören Cerealien zum Standardangebot am Frühstücksbuffet. Deshalb entfällt ein im Vergleich zu Süßwaren und Knabberartikeln relativ hoher Anteil der in Hotels getätigten Ausgaben für Mahlzeiten außerhalb des eigenen Haushalts auf Cerealien.

⁶⁶ Price Statistics Monthly No. 10/2023, Central Bureau of Statistics, Table A 4.2

⁶⁷ Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022 – Private Consumption Expenditure by Type, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/081/08_23_081t7.pdf, (Ursprüngliche Angaben in NIS, nach dem jahresdurchschnittlichen Wechselkurs von 3,36 NIS/USD umgerechnet), zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁶⁸ Central Bureau of Statistics, Consumer Price Index September 2018, Table 4.2. https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2018/price09a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁶⁹ Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022 – Private Consumption Expenditure by Type, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/054/08_23_054t13.pdf, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

Im November 2023 lagen die Verbraucherpreise für Cerealien um 4,3 % über dem zwölf Monate zuvor verzeichneten Stand.⁷⁰ Damit ging ihr Preisanstieg schneller vonstatten als die allgemeine Erhöhung der Lebenshaltungskosten, die in der genannten Zeitspanne bei 3,7 % lag.⁷¹ Die Wachstumsrate der Lebensmittelpreise belief sich in dieser Zeit auf 4,6 %.⁷²

7.4 Überblick über Exporte und Importe

Der größte Importeur von Cerealien ist die Firma Osem als Teil des Nestlé-Konzerns. Die meisten Cerealien-Produkte, die Osem nach Israel importiert, stellen Cereal Partners Worldwide, einem Gemeinschaftsunternehmen von Nestlé und General Mills her. Andere von Osem eingeführte Marken erzeugen die Firmen des Nestlé-Konzerns in mehreren Ländern.

Der Import von Cerealien weist einen uneinheitlichen Trend auf, der aber insgesamt nach oben zeigt. In den Jahren 2018 bis 2021 stagnierte er, nahm aber im Jahr 2022 stark zu. In laufenden Dollarpreisen lag sie im Jahr 2022 um 28,2 % über dem im Jahr 2017 verzeichneten Stand. Im Jahr 2018 lag die Cerealieinfuhr bei 60,7 Mio. USD

Die Einfuhr aus Deutschland unterlag in dieser Zeit starken Schwankungen. Nach einem Einbruch im Jahr 2020 erholte sie sich wieder, lag im Jahr 2022 aber immer noch um 25,9 % unter dem Niveau des Jahres 2017.

Tabelle 5: Einfuhr von Cerealien der Jahre 2018 bis 2022 in Mio. USD

Jahr	Einfuhr (HS 19.04)	Davon aus Deutschland
2017	54,6	4,7
2018	60,7	4,5
2019	63,1	5,0
2020	62,0	2,0
2021	58,0	2,8
2022	70,0	3,5

Quelle: UN Comtrade Database

Das wichtigste Lieferland Israels im Bereich der Cerealien im Jahr 2022 war Frankreich, dicht gefolgt von den USA und Polen. Deutschland belegte Rang sieben unter den Top-Ten-Lieferanten. Angesichts des beherrschenden Anteils von Osem auf dem Importmarkt für Cerealien prägt die geografische Struktur der von Osem getätigten Einkäufe bei

⁷⁰ Price Statistics Monthly No. 10/2023, Central Bureau of Statistics, Table A 4.2, https://www.cbs.gov.il/he/publications/madad/doclib/2023/price10a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁷¹ Price Statistics Monthly No. 10/2023, Central Bureau of Statistics, Table A 4.2, https://www.cbs.gov.il/he/publications/madad/doclib/2023/price10a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁷² ebenda

konzerneigenen oder konzernverbundenen Unternehmen von Nestlé die gesamte Importstruktur in erheblichem Maß.



Abbildung 7: Führende Lieferländer für Cerealien (HS 19.04) im Jahr 2022

Quelle: UN Comtrade Database

Die Einfuhr von Getreidewaren im Sinne des HS-Kapitels 10 als Vorprodukte für die Cerealien-Industrie lag im Jahr 2022 bei 1,4 Mrd. USD. Mit 19,6 Mio. USD bzw. einem Importmarktanteil von 1,4 % spielten die Getreideexporteure aus Deutschland keine allzu bedeutende Rolle wie die Abbildung 7 aufzeigt.

Die israelische Ausfuhr von Cerealien wies in den letzten Jahren einen kräftigen Aufwärtstrend auf. Im Jahr 2022 lag sie mit 7,9 Mio. USD beim 2,6-fachen des Standes des Jahres 2017. Trotz dieser positiven Ausfuhrentwicklung bleibt Israel mit großem Abstand ein Nettoimporteur von Cerealien.

8. Der Speiseeismarkt

8.1 Kurze Einführung in den Markt

Der Markt für Speiseeis wächst stetig. Im Jahr 2022 machten die Ausgaben der Privathaushalte für Speiseeis 0,16 % des Gesamtverbrauchs von 251 Mrd. USD aus, was einem Anteil von 404 Mio. USD entspricht. Dieser steigerte sich um 0,02 % im Vergleich zum Jahr 2018.⁷³ Bei einem in dieser Zeitspanne in realen Binnenpreisen gemessenen Wachstum des Gesamtverbrauchs der Haushalte von 17,2 %⁷⁴ lag der Verzehr von Speiseeis im Jahr 2022 – wiederum in realen Binnenpreisen – um 36,7 % höher als im Jahr 2018.

8.2 Überblick über die lokale Produktion

Zu den führenden Herstellern von Speiseeis gehören mit Nestlé (Israel) und der Strauss Group zwei Großhersteller von Nahrungsmitteln. Eine Sonderrolle nimmt die US-Marke Ben & Jerry's ein. Bis zum Jahr 2021 wurde die Marke, die der Unilever-Tochter Ben & Jerry's gehört, von einem israelischen Lizenznehmer hergestellt. Dann aber erklärte Ben & Jerry's, den Verkauf der Markenprodukte durch den israelischen Lizenznehmer in den besetzten palästinensischen Gebieten zu untersagen. Angesichts der politischen Brisanz des Falles verkaufte Unilever im Jahr 2022 das Israel-Geschäft von Ben & Jerry's an den Lizenznehmer. Diesem wurde das Recht zugestanden, die Marke weiterhin auch in den palästinensischen Gebieten zu vertreiben, das Markenlogo aber nur in Hebräisch und Arabisch zu verwenden, nicht jedoch mit lateinischen Buchstaben, also unter dem Originallogo, zu schreiben.

Ein wichtiger Marktteilnehmer ist auch die Eisdienkette G.P. Golda Ltd. (bekannt als Golda) mit ihren rund 120 Filialen. Das Unternehmen verfügt über eine eigene Produktionsstätte. Über diese Großakteure hinaus weist das Wirtschaftsauskunftsregister Dunsguide der Wirtschaftsauskunftsfirmen Dun and Bradstreet Israel nur zwei Speiseeishersteller aus, die 2022 erwiesenermaßen einen Umsatz von mehr als 20 Mio. NIS hatten (umgerechnet 6,0 Mio. US\$): Anita Glida Ltd. und Ice Dream Industries Ltd.

8.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Über die von Haushalten für Speiseeis getätigten Ausgaben von 404 Mio. USD hinaus gibt es auch eine relativ starke Nachfrage im Gaststätten- und Bewirtungsgewerbe. Eiscreme ist ein beliebter Nachtisch nach größeren Mahlzeiten in Restaurants und Hotels. In Cafés wird er oft als Hauptbestellung serviert.

⁷³ Central Bureau of Statistics, Consumer Price Index September 2018, Table 4.2. https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2018/price09a/a4_2_e.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023,

⁷⁴ Central Bureau of Statistics, Israel's National Accounts 2022 – Private Consumption Expenditure by Type, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/054/08_23_054t13.pdf, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

Im November 2023 lagen die Verbraucherpreise für Speiseeis um 2,1 % über dem zwölf Monate zuvor verzeichneten Stand.⁷⁵ Damit entwickelte sich der Preisanstieg langsamer als die allgemeine Erhöhung der Lebenshaltungskosten, die in der genannten Zeitspanne 3,7 % erreichte.⁷⁶ Das Anwachsen der Lebensmittelpreise belief sich in dieser Zeit auf 4,6 %.⁷⁷

8.4 Überblick über Exporte und Importe

Die Einfuhr von Speiseeis weist insgesamt einen Aufwärtstrend auf. In den Jahren 2018 bis 2021 stieg sie in Dollarpreisen stark an, gab aber im Jahr 2022 leicht nach. Im Gesamtergebnis lag sie im Jahr 2022 fast beim 2,4-fachen des Niveaus des Jahres 2017. Im Jahr 2018 belief sich die Einfuhr auf 18,0 Mio. USD

Tabelle 6: Einfuhr von Speiseeis in den Jahren 2018 bis 2022, in Mio. USD

Jahr	Einfuhr (HS 21.05)	Davon aus Deutschland
2017	12,0	0,7
2018	18,0	1,9
2019	20,9	1,3
2020	21,6	0,5
2021	30,2	1,1
2022	28,4	1,0

Quelle: UN Comtrade Database

Die Einfuhr aus Deutschland unterlag in den Jahren 2018 bis 2022 starken Schwankungen und zeigte eine eher rückläufige Entwicklung. Infolgedessen fiel der deutsche Importmarktanteil von 10,7 % auf 3,6 %.

⁷⁵ Price Statistics Monthly No. 10/2023, Central Bureau of Statistics, Table A 4.2, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

⁷⁶ ebenda

⁷⁷ ebenda

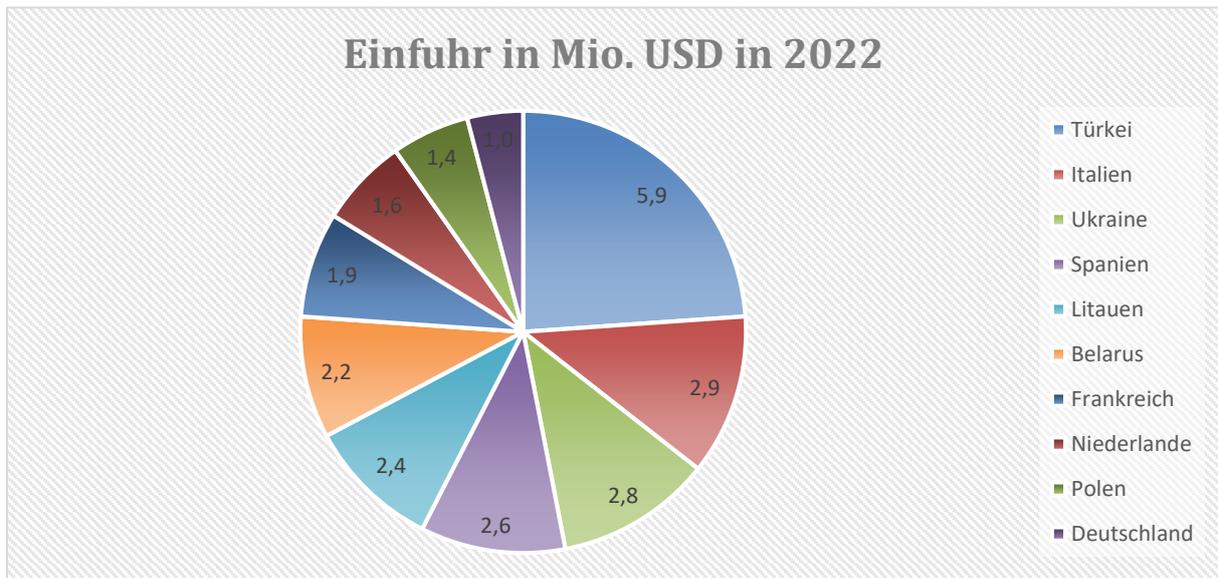


Abbildung 8: Führende Lieferländer für Speiseeis (HS 21.05) 2022

Quelle: UN Comtrade Database

Israels Exporte von Speiseeis zeigen einen positiven Trend. In den Jahren 2018 bis 2022 stiegen sie fast ununterbrochen und beliefen sich im Jahr 2022 auf 7,9 Mio. USD. Das entsprach beinahe dem 2,7-fachen des Wertes von 2017, der bei 2,9 Mio. USD lag.

9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten

9.1 Günstige Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen des israelischen Marktes für Süßwaren, Knabberartikel, Backwaren, Cerealien und Speiseeis erweisen sich insgesamt als günstig. Das gilt trotz des im Oktober 2023 ausgebrochenen Krieges, der nicht zuletzt den Konsum dämpfte. Israel bewies jedoch in der Vergangenheit, dass es Rückschläge auch in wirtschaftlicher Hinsicht schnell überwindet. Daher ist davon auszugehen, dass die positiven Konsumtrends anhalten, zumal Bevölkerungsprognosen von einem weiterhin schnellen Wachstum der Zahl der Landesbewohner ausgehen. Damit wird auch die Zahl der Verbraucher expandieren.

Die Esskultur betrachtet den Verbrauch von Süßwaren als einen natürlichen Teil der Ernährung. Der Konsum von Süßigkeiten gehört in Israel, trotz Warnungen durch Gesundheitsexperten⁷⁸, zum Lebensstil der meisten Landesbewohner. Das zeugt für die Relevanz der meisten in dieser Studie untersuchten Produktkategorien. Der israelische Zuckerkonsum je Einwohner lag nach den jüngsten verfügbaren Angaben des Zentralamts für Statistik (Central Bureau of Statistics) im Jahr 2021 bei 38 kg⁷⁹ – mehr als der mit knapp 35 kg in Deutschland verzeichnete Wert.⁸⁰ Allerdings entfällt nur ein Teil des Zuckerverbrauchs auf die hier eruierten Marktsegmente. Vielmehr führen sich Verbraucher Zucker auch auf andere Weise zu. Der Konsum zuckerhaltiger Getränke ist dabei ein wichtiger Faktor. Allerdings ist der hohe Zuckerkonsum ein wichtiges Indiz für die Marktchancen zuckerhaltiger Nahrungsmittel aller Arten.

Ein Blick auf die israelische Außenhandelsstatistik zeigt, dass die Nahrungsmiteleinfuhr generell schnell steigt. Diese rasche Expansion lässt insbesondere auf eine wachsende Präferenz der Verbraucher für ausländische Nahrungsmittel zurückführen. Deutsche Hersteller können von diesem Anstieg des Importwerts durchaus profitieren. So stiegen Israels Nahrungsmittelimporte (HS-Abschnitt IV) in den Jahren 2018 bis 2022 in Dollarpreisen um 56,6 %⁸¹ und erreichten im Jahr 2022 knapp 4,0 Mrd. USD.⁸² In derselben Zeitspanne erhöhten sich die Nahrungsmittelimporte aus Deutschland um 56,0 %, ⁸³ also praktisch genauso schnell wie die Einfuhr aus der ganzen Welt.

⁷⁸ Israel Association of Public Health Physicians, Kim'at 60 % mi-ha-Israelim sowim mi-Odef Mischkal o Haschmanat jeter (Fast 60% der Israelis leiden an Übergewicht oder Fettleibigkeit), 28.2.2023, <https://publichealth.doctorsonly.co.il/2023/02/279523/>, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁷⁹ Central Bureau of Statistics, Food Balance Sheet 2021 (Inhalt nur auf Hebräisch), https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/DocLib/2022/396/07_22_396b.pdf, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁸⁰ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Versorgungsbilanzen: Zucker, Glukose <https://www.bmel-statistik.de/ernaehrung-fischerei/versorgungsbilanzen/zucker-glukose>, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023

⁸¹ Central Bureau of Statistics, Foreign Trade Statistics Monthly, Dezember 2022 und August 2019, jeweils Table B5, https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2019/fr_trade08_2019/tb5.pdf, zuletzt aufgerufen am 13.11.2023 https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2023/fr_trade12_2022/tb5.pdf und

⁸² Central Bureau of Statistics, Foreign Trade Statistics Monthly, Dezember 2022 und August 2019, Table B5, https://www.cbs.gov.il/he/publications/doclib/2023/fr_trade12_2022/tb5.pdf, zuletzt aufgerufen am 13.11.2023

⁸³ Central Bureau of Statistics, Foreign Trade Statistics Monthly, September 2023 und August 2019, jeweils Table D4, https://www.cbs.gov.il/he/publications/DocLib/2023/fr_trade09_2023/drop/d4t5.pdf und https://www.cbs.gov.il/he/publications/DocLib/2019/fr_trade08_2019/drop/d4t5.pdf, zuletzt aufgerufen am 13.11.2023

9.2 Gemischte Tendenz bei Süßigkeiten und Knabberartikeln

Allerdings verläuft die Entwicklung der Importe aus Deutschland in den in dieser Studie untersuchten Warenkategorien nicht immer mit derselben Dynamik wie bei den Gesamtlieferungen von deutschen Nahrungsmitteln. So etwa verfügen deutsche Lieferanten von kakaohaltiger Schokolade und anderen Nahrungsmittelzubereitungen zwar über eine ansehnliche Marktpräsenz, konnten aber an dem kräftigen Importanstieg der letzten Jahre nicht partizipieren. Dagegen verzeichneten sie bei nicht kakaohaltigen Zuckerwaren einen kräftigen Wachstumsschub.

Bei Keksen und Waffeln spielen die Bezüge aus der Deutschland keine allzu bedeutende Rolle. Obwohl Deutschland im Jahr 2022 in dieser Kategorie als fünftgrößter Lieferant auftrat, blieb es deutlich hinter den führenden Lieferländern zurück. Zudem fehlte in diesem Marktsegment eine Wachstumsdynamik. Ähnliches gilt für Cerealien und in noch höherem Maße für Speiseeis.

9.3 Auslotung von Marktchancen

Die israelische Importwirtschaft ist bei Süßigkeiten und Knabberartikeln breit aufgestellt und zeigt Interesse an neuen Importwaren. Für die in dieser Studie untersuchten Warenkategorien gibt es, wie auch die Erfahrung der AHK Israel zeigt, eine beträchtliche Zahl von Importeuren. Das schafft grundsätzlich Potenzial für neue Importprodukte. Selbstverständlich müssen für jedes einzelne Produkt die Marktchancen separat untersucht und bewertet werden. Dafür stehen in Israel Marktforschungsunternehmen zur Verfügung.

9.4 Koscher-Zertifizierung

Obwohl sich die religiösen Speisegesetze im Judentum als sehr kompliziert darstellen, erweist sich die tagtägliche Herstellung koscherer Nahrungsmittel als kein grundsätzliches Hindernis. Wie Kapitel 13 (Koscher-Zertifizierung) erläutert, muss zuerst die Zusammensetzung des Nahrungsmittels die geeignete Zertifizierungsstelle als koscher anerkennen. Je nach Fall bedarf es dann eventuell bestimmten Änderungen bei der Rezeptur.

Nachdem die Produktionsanlagen koscher gemacht wurden, kann mit der Herstellung begonnen werden. Sie unterscheidet sich nicht von sonstiger Produktion der Nahrungsmittelindustrie. In jedem Fall richtet sich der zertifizierte Betrieb nach den Anweisungen der Zertifizierungsstelle, die Produkte und Produktion auch regelmäßig kontrolliert. Daher müssen ausländische Hersteller, die Nahrungsmittel nach Israel exportieren, die zahlreichen Regeln, die für koschere Lebensmittel gelten, nicht im Einzelnen kennen. Auch trifft der Hersteller keine Eigenentscheidungen darüber, ob ein spezifisches

Produkt kosher ist. Dennoch kann es für ihn vor dem Eintritt in den israelischen Markt sinnvoll sein, sich eine allgemeine Vorstellung von der Kaschrut zu machen, um den Vorbereitungs- und den Zertifizierungsprozess besser zu verstehen. . Wie das allgemeine Wachstum der israelischen Nahrungsmittelimporte zeigt, stellt die Koscher-Zertifizierung insgesamt betrachtet kein Hindernis für Exporte nach Israel dar.

10. Struktur der Vertriebslinien

10.1 Kundengruppen

Einige Lebensmittelhandelsunternehmen haben sich auf bestimmte Kundengruppen spezialisiert. So etwa die drittgrößte Supermarktkette Merav Mazonkol (Osher Ad), die in der Öffentlichkeit besser als Osher Ad bekannt ist und sich insbesondere an ultraorthodoxe Verbraucher richtet. Sie hält ihr Warenangebot relativ begrenzt⁸⁴ und konzentriert sich stark auf preiswerte Produkte.⁸⁵ Letzteres spielt bei den in der Regel kinderreichen ultraorthodoxen Familien eine große Rolle. Das Niedrigpreisangebot zieht aber auch Kunden von außerhalb des ultraorthodoxen Sektors an. Ultraorthodoxe Juden sind eine wichtige Kundengruppe. Im Jahr 2022 stellten sie nach Schätzung des Israelischen Demokratieinstituts 13,3 % der Landesbevölkerung, Tendenz stark wachsend.⁸⁶ Mit Blick auf Koscher-Zertifizierung bevorzugen ultraorthodoxe Juden ausschließlich oder nahezu ausschließlich „streng“ koschere Produkte, die eine ultraorthodoxe Institution als solche zertifiziert (siehe hierzu Kapitel 13 zur Koscher-Zertifizierung).

Eine Reihe von Supermarktketten agiert im arabischen Sektor. Die größte von ihnen ist Almashhadawi Kingstore, besser als King bekannt. Im Bereich der Nahrungsmittel passt sich das Angebot in bestimmten Fällen an die arabische Esskultur und Präferenzen an, die sich von denjenigen der jüdischen Bevölkerungsmehrheit unterscheiden können.

Obwohl im jüdischen Sektor die meisten Supermärkte nur koschere Nahrungsmittelprodukte führen, gibt es auch Ausnahmen. Als das größte Nahrungsmittel-Einzelhandelsunternehmen, das nicht-koschere Produkte führt, gilt die Supermarktkette Tiv Taam, die achtgrößte des Landes. Bei einem erheblichen Teil ihrer Kunden handelt es sich um Immigranten aus der ehemaligen Sowjetunion, die ohne religiösen Hintergrund aufwuchsen. Angesichts dieser geografischen Herkunft eines großen Teils der Kundschaft werden in den Verkaufsgeschäften der Kette zahlreiche osteuropäische Produkte angeboten, so etwa aus Russland, der Ukraine und Polen. Allerdings kaufen auch zahlreiche säkulare Kunden aus anderen Bevölkerungsgruppen bei Tiv Taam ein.

Neben den Supermärkten existieren auch eine Vielzahl von kleinen Läden und Kiosks, deren Angebot zu einem erheblichen Teil aus Süßigkeiten, Knabberartikeln und Speiseeis besteht. Eine Zwischenposition nehmen Convenience Stores ein, die Grundgüter des laufenden Bedarfs anbieten. Diese Kategorie baute ihre Position im Lauf der Zeit stark aus und festigte

⁸⁴ Chesi Gur Misrachi, Mahi Reschet Schiwuk ha-Mason ha-sola be-joter ba-Schuk ha-Charedi? (Was ist die billigste Nahrungsmittelhandelskette auf dem ultraorthodoxen Markt?), Ma'ariv, 02.07.2021, <https://www.maariv.co.il/business/consumerism/Article-850543>, zuletzt aufgerufen am 29.10.2023

⁸⁵ ebenda

⁸⁶ Lee Cahaner, Gilad Malach, Israel Democracy Institute, Statistical Report on Ultra-Orthodox Society in Israel, <https://en.idi.org.il/haredi/2022/?chapter=48263>, zuletzt aufgerufen am 29.10.2023

ihre Präsenz mit Hilfe von Geschäftsketten. Eine dieser Ketten, City Market, belegte im Jahr 2022 Rang 15 auf der Liste der umsatzstärksten Nahrungsmittel-Einzelhandelsunternehmen.

10.2 Entwicklung und Struktur des Lebensmitteleinzelhandels

Im Lebensmittelhandel Israels zeigt sich, im Vergleich zu Deutschland, eine sehr geringe Konzentration der Lebensmittelhändler, wie nachfolgende Abbildung 9 zeigt.

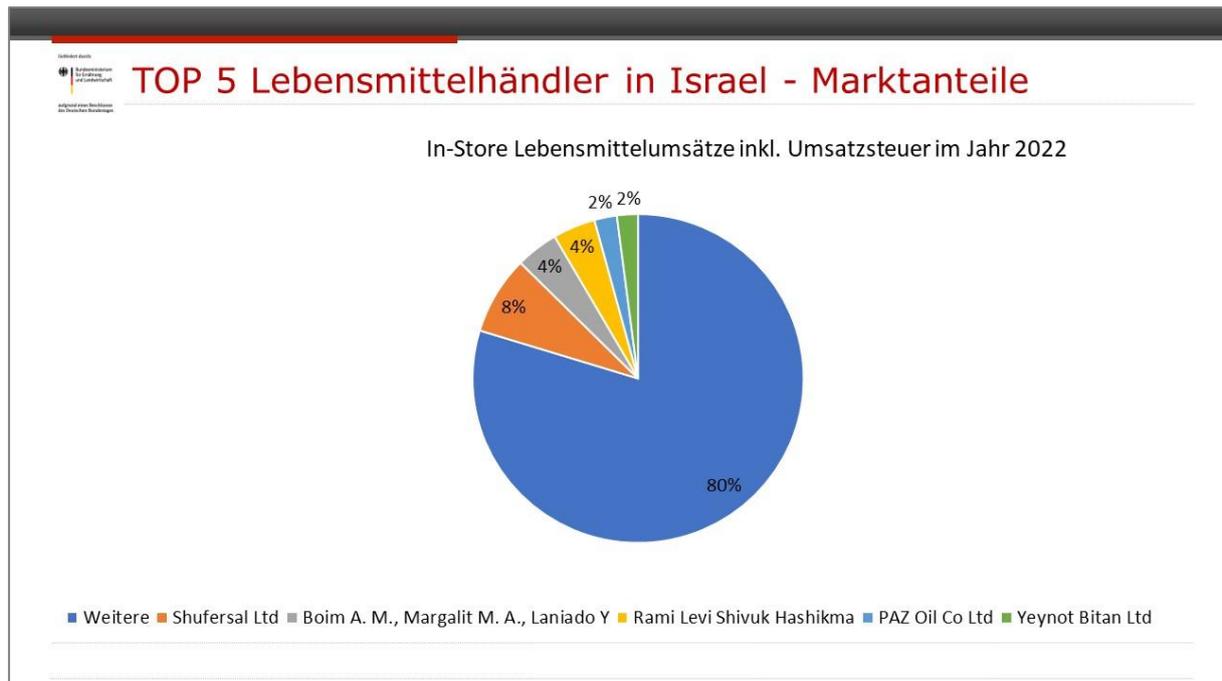


Abbildung 9: Marktanteile der TOP 5 Lebensmittelhändler in Israel

Quelle: Global Data

Zusammen halten die fünf größten Lebensmittelhändler (In-Store) nur ca. 20 % Marktanteil. Im Vergleich zu Deutschland beträgt er nur etwa ein Fünftel. Die nachfolgende Abbildung 10 zeigt die TOP 5 Lebensmittelhändler mit ausgewählten Kennzahlen aus dem Jahr 2022. Der nach Bruttoeinnahmen mit deutlichem Abstand größte Lebensmittelhändler, die Firma Shufersal Ltd., verfügt mit fast 300 Filialen auch über die größte Anzahl an Verkaufsstellen. Die mit fast 27.000 Euro pro m² umsatzstärkste Lebensmittelkette ist die Yeynot Bitan Ltd.

TOP 5 Lebensmittelhändler in Israel im Kurzprofil

In-Store Lebensmittelumsätze im Jahr 2022

Händler	Lebensmittelumsätze inkl. Umsatzsteuer, Mio. €	Anzahl Verkaufsstellen	Durchschnittliche Ladengröße, m ²	Umsätze pro m ² , €	Verkaufsfläche, Tsd. m ²
Shufersal Ltd	3.268	297	1.473	8.812	437
Boim A. M., Margalit M. A., Laniado Y	1.767	20	4.181	21.134	84
Rami Levi Shivuk Hashikma	1.764	52	1.500	25.919	78
PAZ Oil Co Ltd	934	260	519	6.813	135
Yeynot Bitan Ltd	871	55	607	26.676	33

Abbildung 10: Die fünf größten Lebensmittelhändler aus Israel mit ausgewählten Kennzahlen

Quelle: Global Data

Im israelischen Einzelhandel agieren viele Unternehmen unterschiedlicher Größe. Die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte erfasst die Amtsstatistik nicht. Daher bleibt es nur bei Schätzungen. Das Zentralamt für Statistik (Central Bureau of Statistics) veröffentlicht lediglich die Zahl der Unternehmen, die es in der Kategorie „Groß- und Einzelhandel und Kfz-Reparaturen“ zusammenfasst. Im Jahr 2022 listete es rund 101.000 Unternehmen auf.⁸⁷ Es ist aber bekannt, dass rund zwei Drittel aller neu eröffneten Unternehmen dieser Kategorie als Einzelhandelsgeschäfte auftraten.⁸⁸ Wendet man nun diesen Prozentsatz als grobe Annäherung auf die Zahl der existierenden Unternehmen an, ergäbe sich eine Anzahl von rund 66.000 Einzelhandelsunternehmen.

Unter der Annahme, dass der Anteil der Einzelhandelsunternehmen, die Nahrungsmittel verkaufen, bei knapp einem Fünftel liegt, so wie in Deutschland der Fall,⁸⁹ ergäbe sich eine Anzahl von rund 12.000 bis 13.000 Unternehmen in Israel, die (auch) Nahrungsmittel verkaufen. Dies bleibt selbstverständlich lediglich eine Schätzung. Der dabei genannte Wert würde im Durchschnitt einem Lebensmittelunternehmen je 510 bis 550 Einwohnern

⁸⁷ Central Bureau of Statistics, Business Demography 2020-2022, 26.7.2023, Table 1 - Active Businesses, According to Economic Activities, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/247/29_23_247t1.pdf, zuletzt aufgerufen am 28.09.2023

⁸⁸ Ebenda

Table 3 – Opening and Closure of Businesses in 2021, 2022, https://www.cbs.gov.il/he/mediarelease/doclib/2023/247/29_23_247t3.pdf, zuletzt aufgerufen am 28.10.2023

⁸⁹ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Lebensmitteleinzelhandel, <https://www.bmel-statistik.de/ernaehrung-fischerei/ernaehrungsgewerbe/lebensmitteleinzelhandel>, zuletzt aufgerufen am 28.10.2023

entsprechen. In jedem Fall erweist sich die Anzahl der Lebensmittelgeschäfte im Einzelhandel als groß genug, um den Landesbewohnern einen angemessenen Zugang zu Einkaufsmöglichkeiten zu bieten. Das gilt umso mehr, weil viele Unternehmen mehr als nur einen Geschäftsladen führen, oft Dutzende von Niederlassungen und in einigen Fällen noch größere, landesweit tätige Supermarktketten betreiben.

10.3 Importeure

Der Vertrieb importierter Nahrungsmittel findet über mehrere Kanäle statt. Zum einen treten eine Reihe von Importfirmen unterschiedlicher Größenordnung auf. Unter ihnen gibt es Großimporteure wie beispielsweise die Firmen Diplomat Global, Schestowitz, Leiman Schlüssel und Willi Food. Daneben gibt es eine Reihe von kleineren Importfirmen.

Das Importsortiment einzelner Firmen ist nicht deckungsgleich. Das gilt auch für die von dieser Studie erfassten Produktkategorien. So etwa führen Leiman Schlüssel und Diplomat eine Reihe von Süßwaren, während Willi Food dieser Produktkategorie wenig Aufmerksamkeit widmet. Zum Teil agieren große Supermarktketten selbst als Importeure, um ihr Angebot zu vervollständigen. Auch die Aufnahme von Hausmarken, zum Teil importiert, spielt eine wichtige Rolle.

Die israelische Regierung bemüht sich zudem, ausländische Supermarktketten zum Engagement in Israel zu ermutigen.⁹⁰ So etwa unterzeichnete die französische Lebensmittelhandelskette Carrefour im Jahr 2022 einen Franchisevertrag mit der israelischen Firma Electra Consumer Products. Electra kontrolliert die einheimische Supermarktkette Yeinot Bitan und kündigte an, 90 % der Läden dieser Kette in Filialen von Carrefour umzuwandeln.⁹¹

Im März 2023 gab Israels größtes Supermarktunternehmen Shufersal eine Vereinbarung mit der niederländischen SPAR-Kette bekannt. Diese sah die Errichtung von mindestens zehn SPAR-Supermärkten in Israel vor.⁹²

Marktxperten erwarten, dass internationale Supermarktketten versuchen werden, zahlreiche ihrer eigenen Hausmarken nach Israel zu bringen. Das dürfte sich auch auf die Einfuhr von Süßwaren und Knabberartikeln auswirken und das Marktangebot erweitern. Ein wichtiger Abnehmer bleibt auch der institutionelle Sektor, zu dem Verkaufspunkte in Unternehmen, staatlichen Institutionen, Krankenhäusern und Hochschulen gehören.

⁹⁰ Germany Trade & Invest, Franchising: Geschäftsmodell kann auch bei kleineren Firmen funktionieren, 19.09.2023, <https://www.gtai.de/de/trade/israel/branchen/geschaeftsmodell-kann-auch-bei-kleineren-firmen-funktionieren-1031052>, zuletzt aufgerufen am 29.10.2023

⁹¹ ebenda

⁹² ebenda

11. Marktzugangsvorschriften

11.1 Marktzulassung

Die Einfuhr von Lebensmitteln nach Israel regelt Kapitel 4 des Gesetzes über den Schutz der öffentlichen Gesundheit (Lebensmittel) – Law for the Protection of Public Health (Food).⁹³

Israel lässt jährlich ca. 22.000 eingeführte Nahrungsmittel zu. Jeder Importeur von Lebensmitteln benötigt eine Genehmigung des im Gesundheitsministeriums ansässigen National Food Service. Der National Food Service stellt sicher, dass der importierende Betrieb, die importierten Lebensmittel und die Lagerung die Anforderungen der israelischen Gesetze, Verordnungen und Normen erfüllen.⁹⁴ Zudem bedarf es eines Nachweises des Exporteurs, dass er die Lagerhaltung und Abpackung beim Hersteller sowie die Lagerung beim Importeur unter den dafür erforderlichen Bedingungen sicherstellt.⁹⁵

Die gesetzlichen Anforderungen, die dem Schutz der öffentlichen Gesundheit dienen, stimmen in Israel weitgehend mit denjenigen der EU überein.⁹⁶ Allerdings gibt es immer noch Ausnahmen.⁹⁷ Es erweist sich für den ausländischen Exporteur als unerlässlich, mit dem potenziellen Importeur abzuklären, ob die Produkte den israelischen Anforderungen genügen und dass die vom Exporteur bereitgestellte Dokumentation den israelischen Bestimmungen entsprechen.⁹⁸

In den letzten Jahren bemüht sich Israel, die Vorschriften zur Nahrungsmiteleinfuhr zu erleichtern und damit die Einfuhr zu fördern. Unter anderem übernahm das Land drei EU-Verordnungen zur Lebensmittelsicherheit, chemische, mikrobiologische Belastungen und Pestizidrückstände betreffend.⁹⁹ Zudem wurden gesetzlich verbindliche Normen für Nahrungsmittel in Normen auf freiwilliger Basis überführt.¹⁰⁰ Darüber führte Israel den sogenannten europäischen Weg für die Einfuhr von Lebensmitteln durch „ordnungsgemäße“ Importeure ein¹⁰¹ (s. dazu Abschnitt 13.2. „Ordnungsgemäße“ Importeure).

Im September 2023 veröffentlichte das Gesundheitsministerium zudem Grundsätze für weitere Importerleichterungen im Bereich der Lebensmittel. Der Schwerpunkt, so das

⁹³ schriftliche Mitteilung per E-Mail des Gesundheitsministeriums an die AHK Israel vom 12.11.2023

⁹⁴ ebenda

⁹⁵ Ministry of Health, Rischum Jiwuan Chadasch (Registrierung eines neuen Importeurs), <https://www.gov.il/he/service/non-animal-derived-food-importer-registration>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2023

⁹⁶ ebenda

⁹⁷ ebenda

⁹⁸ ebenda

⁹⁹ Ministry of Health, The Ministry of Health is publishing today the principles of the outline for deepening the food reform with an emphasis on removing import barriers, 06.9.2023, <https://www.gov.il/en/departments/news/10082023-05>, zuletzt aufgerufen am 16.11.2023

¹⁰⁰ ebenda

¹⁰¹ ebenda

Ressort, liege auf der Beseitigung von Importhindernissen.¹⁰² Damit solle die Qualität und Sicherheit der in Israel produzierten ebenso wie der importierten Lebensmittel in Übereinstimmung mit den anerkannten Vorschriften in entwickelten Ländern gewährleistet werden.¹⁰³ Hiervon verspricht sich das Gesundheitsministerium die Verfügbarkeit einer breiten Palette von Nahrungsmitteln „zu vernünftigen Preisen“¹⁰⁴ – also eine Senkung des als zu hoch kritisierten Preisniveaus.

11.2 Notifizierungsprinzip

Alle eingeführten Nahrungsmittel unterteilen sich in zwei Kategorien: „nicht empfindlich“ und „empfindlich“. Kriterien dieser Unterscheidung bilden gesundheitliche Risiken, die vom jeweiligen Nahrungsmittel ausgehen.¹⁰⁵ Die meisten von dieser Studie erfassten Produkte gehören in die „nicht empfindliche“ Kategorie.¹⁰⁶ Eine wichtige Ausnahme davon stellt milchbasiertes Speiseeis dar.¹⁰⁷

Sogenannte empfindliche Erzeugnisse, zu denen beispielsweise Fleisch- und Fischprodukte sowie Honig gehören, bedürfen einer Vorabgenehmigung des Gesundheitsministeriums für die Einfuhr. Sie unterliegen auch strengeren Kontrollen. Bei den nicht empfindlichen Nahrungsmitteln genügt eine Konformitätserklärung des Importeurs, die aussagt, dass das betreffende Produkt der dafür geltenden israelischen Norm entspricht. Das Gesundheitsministerium behält sich das Recht auf Stichprobenkontrollen vor.¹⁰⁸

Bei gewöhnlichen Nahrungsmitteln ist die Einfuhr nach dem Notifizierungsprinzip möglich. Der Importeur teilt dem Gesundheitsministerium mit, dass das einzuführende Produkt den in Israel geltenden Anforderungen entspricht¹⁰⁹, und dass er die für den Konformitätsnachweis erforderlichen Dokumente besitzt.¹¹⁰ Das genügt für die Zollfreigabe.

11.3 „Ordnungsgemäße“ Importeure

Bei empfindlichen Produkten bedurfte bis vor Kurzem stets einer Vorabgenehmigung des Gesundheitsministeriums. Allerdings schuf die Institution inzwischen eine neue Kategorie von Nahrungsmittelimporteuren: den – wörtlich übersetzt – ordnungsgemäßen Importeur,

¹⁰² Ministry of Health, The Ministry of Health is publishing today the principles of the outline for deepening the food reform with an emphasis on removing import barriers, 6.9.2023, <https://www.gov.il/en/departments/news/10082023-05>, zuletzt aufgerufen am 16.11.2023

¹⁰³ Ministry of Health, The Ministry of Health is publishing today the principles of the outline for deepening the food reform with an emphasis on removing import barriers, 6.9.2023, <https://www.gov.il/en/departments/news/10082023-05>, zuletzt aufgerufen am 16.11.2023

¹⁰⁴ ebenda

¹⁰⁵ Germany Trade & Invest, Die Nahrungsmittelindustrie ist für Israel strategisch wichtig, 08.08.2022 <https://www.gtai.de/de/trade/israel/branchen/die-nahrungsmittelindustrie-ist-fuer-israel-strategisch-wichtig-864914>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023

¹⁰⁶ Gespräch mit Raz Hillman, Vice President Customs, Import & Standardization, Federation of Israeli Chambers of Commerce, am 31.10.2023

¹⁰⁷ Portal Rischum & Assakim, Mahu „Mason ragisch“? (Was sind „empfindliche Nahrungsmittel“?), https://www.buslic.co.il/2022/01/15/mazon_ragish/, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023

¹⁰⁸ Germany Trade & Invest, Die Nahrungsmittelindustrie ist für Israel strategisch wichtig, 08.08.2022 <https://www.gtai.de/de/trade/israel/branchen/die-nahrungsmittelindustrie-ist-fuer-israel-strategisch-wichtig-864914>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023

¹⁰⁹ Ministry of Health, Rischum Jiwuan Chadasch (Registrierung eines neuen Importeurs), <https://www.gov.il/he/service/non-animal-derived-food-importer-registration>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2023

¹¹⁰ Gespräch mit Raz Hillman am 31.10.2023

auf Hebräisch „Jiwu’an naot“. Gemeint sind Importeure, denen das Ministerium einen besonders hohen Zuverlässigkeitsgrad beimisst, diese also als ¹¹¹ besonders vertrauenswürdig einstuft. Solch ein Importeur darf Nahrungsmittel nach dem sogenannten europäischen Verfahren ins Land bringen. Das bedeutet, es reicht eine – durch vom Hersteller bereitgestellte Dokumentierung gestützte – Konformitätserklärung für den Import.¹¹² Demgegenüber stellt das „europäische Verfahren“ bei empfindlichen Nahrungsmitteln eine Vereinfachung des Importverfahrens dar. ¹¹³

Die Bestätigung als „ordnungsgemäßer Importeur“ erfolgt durch den NFS.¹¹⁴ Diese Anerkennung gewährt dieser nur bereits als Nahrungsmittelimporteure registrierten Unternehmen.¹¹⁵ Die Firma, welche die Anerkennung als „ordnungsgemäßer Importeur“ beantragt, muss dem National Food Service einen umfassenden Plan zur Gewährleistung der Qualität und der Nahrungsmittelsicherheit vorlegen. Dies bedarf einer Erfassung aller Kategorien von Nahrungsmitteln, die ein „ordnungsgemäßer Importeur“ einführen will. Ferner muss sich der Importeur zur Einhaltung dieses Plans für jede Importpartie verpflichten.¹¹⁶

Das Gesundheitsministerium unterhält eine Negativliste von Produkten, die nicht nach dem „europäischen Verfahren“ eingeführt werden dürfen, sondern genauerer Kontrollen unterliegen.¹¹⁷ Zu diesen Produkten gehören Sondernahrungsmittel (etwa für Säuglinge, Kleinkinder und Senioren), Nahrungsergänzungsmittel, Baby- und Kindernahrung, Fleisch und Fleischerzeugnisse, Fisch und Fischprodukte inklusive Krebstiere und Stachelhäuter, Eier und Eierzeugnisse, alkoholische Getränke, Milcherzeugnisse aus nicht pasteurisierter Milch und Kathstrauch-Blätter.¹¹⁸

11.4 Zollrechtliche Vorschriften

Jedes zu importierende Handelsprodukt, das in Israel ankommt, muss ein Zollfreigabeverfahren durchlaufen.¹¹⁹ Zu den dafür erforderlichen Dokumenten gehören insbesondere: Packliste, Rechnung, Frachtrechnung, Erklärung des Importeurs, Einfuhrgenehmigungen, Ursprungszeugnisse, Frachtbriefe, Importgenehmigungen sowie ein

¹¹¹ Ministry of Health, Haschakat Maslul Jiwu’an Naot we-Jiwu ba-Maslul ha erope’i (Einführung des Importweges für ordnungsgemäße Importeure und Einfuhr auf dem europäischen Importweg), https://www.chamber.org.il/media/166710/%D7%95%D7%95%D7%91%D7%99%D7%A0%D7%A8-%D7%99%D7%91%D7%95%D7%90%D7%9F-%D7%A0%D7%90%D7%95%D7%AA-26_7.pdf, zuletzt aufgerufen am 28.10.2023

¹¹² Gespräch mit Raz Hillman am 31.10.2023

¹¹³ ebenda

¹¹⁴ ebenda

¹¹⁵ ebenda

¹¹⁶ ebenda

¹¹⁷ ebenda

¹¹⁸ ebenda

¹¹⁹ Federation of Israeli Chambers of Commerce, Customs Release Process- All The Essential Documentation For Importers, <https://www.chamber.org.il/38991/39012/102835/>, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

Lieferschein, der den physischen Standort der Fracht im Einfuhrhafen vermerkt. Sobald der Zoll dieses Dokument unterzeichnet, fungiert es als Genehmigung für die Auslieferung der Fracht an den Kunden.¹²⁰ Die Zollabfertigung erfolgt im Rahmen des im Jahr 2018 eingeführten elektronischen Global Gate-Systems papierlos.

11.5 Höhe der Zollsätze

Im Rahmen des Assoziierungs- und Freihandelsabkommens zwischen der EU und Israel sind deutsche Importe von Industrieprodukten grundsätzlich nicht zollpflichtig. In Ausnahmefällen kann es aber dennoch zur Erhebung von Zollgebühren kommen, wie beispielsweise bei „anderen Backwaren mit einem Eigehalt von mindestens 10 %, mindestens 1,5 % Milchfett und mindestens 2,5 % Milcheiweiß“ (nationale israelische Zollnummer 1905909100/9). Für sie gilt bei der Ausfuhr aus der EU ein Zollsatz von 1,05 NIS je kg¹²¹.

Eine weitere Ausnahme bilden Backwaren, bei denen der Anteil von Nichtweizenmehl am Gesamtgewicht von Mehl mehr als 15 % beträgt. In diesem Fall wäre ein Zollsatz von 0,17 NIS je kg fällig (nationale Zollnummer 1905909200/7).¹²²

Im Rahmen der Prüfung der Marktchancen ihrer Produkte in Israel sollten deutsche Unternehmen daher prüfen, ob das jeweilige Erzeugnis zu den Ausnahmen von der Zollfreiheit gehört.

¹²⁰ Federation of Israeli Chambers of Commerce, Customs Release Process- All The Essential Documentation For Importers, <https://www.chamber.org.il/38991/39012/102835/>, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

¹²¹ Israel Customs Tariff, <https://shaarolami-query.customs.mof.gov.il/CustomspilotWeb/en/CustomsBook/Import/ImportCustomsItemDetails?customsItemId=20887>, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

¹²² Israel Customs Tariff, <https://shaarolami-query.customs.mof.gov.il/CustomspilotWeb/en/CustomsBook/Import/ImportCustomsItemDetails?customsItemId=7478&isDiscountCode=False>, zuletzt aufgerufen am 07.12.2023

12. Kennzeichnungsvorschriften

Die Pflichtkennzeichnung stellt eine Verbraucherschutzauflage dar und umfasst folgende Angaben:¹²³

Name des Nahrungsmittels

Hersteller

Vertriebsgesellschaft

das Unternehmen, das das Produkt verpackt hat

bei importierten Produkten: Angaben über den Importeur sowie das Herstellungsland

Produktinhalt: Gewicht oder Volumen

Zusammensetzung des Produkts

Nährwerte

Herstellungsdatum

Ablaufdatum

Hinweise zur Lagerung, Transport und Gebrauch

Zusätzlich erlaubt: optionale Berechtigungen wie: „-frei“/„ohne“/„-arm“/„-reduziert“. Bei Erfüllung der erforderlichen Bedingungen ist für bestimmte Nahrungsmittel auch die Kennzeichnung als „natürlich“ und „frisch“ zulässig.¹²⁴

Die Nährwertangaben müssen laut den Verordnungen zum Schutz der öffentlichen Gesundheit folgende Punkte erfassen:¹²⁵

Kaloriengehalt

Proteine

Fette inklusive gesättigter Fettsäuren und Transfettsäuren

Cholesterin

Natrium

Kohlenhydrate

Zucker inklusive Zuckerarten

Ballaststoffe

¹²³ Ministry of Health, Tawit Mason we-Simun T'sunati (Nahrungsmitteldetikett und Nährwertkennzeichnung), <https://www.gov.il/he/departments/guides/food-labeling?chapterIndex=1>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023

¹²⁴ ebenda

¹²⁵ Halachot-Verlag im Auftrag des Gesundheitsministeriums, Takanot Hagana al Bri'ut ha-Tzibur (Verordnungen zum Schutz der öffentlichen Gesundheit), https://www.health.gov.il/LegislationLibrary/Mazon12A_2017.pdf, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023

Die Kennzeichnung muss auf Hebräisch erfolgen. Angaben in anderen Sprachen gelten auch, wobei Arabisch am häufigsten Verwendung findet. Es besteht zudem die Pflicht zur Sonderkennzeichnung von Nahrungsmitteln mit hohem Gehalt an Zucker, Natrium oder gesättigten Fettsäuren.¹²⁶

Tabelle 7: Schwellenwerte für die Sonderkennzeichnung gesundheitsschädlicher Nahrungsmittel

Bestandteil	Messeinheit	Festprodukte	Flüssige Produkte
Natrium	mg/100 g	400	300
Zucker	g/100 g	10	5
Gesättigte Fettsäuren	g/100 g	4	3

Quelle: Ministry of Health, Ministry of Education and the Ministry of Culture and Sports, Efschari Bari – Ha-Tochnit ha-leumit le-Chaim pe'ilim u-wri'im (Es geht auch gesund – das nationale Programm für aktives und gesundes Leben)

Grundsätzlich strebt die Regierung danach, die Einfuhr von Konsumgütern nach Israel zu vereinfachen. Im September 2023 nahm der interministerielle Ausschuss für Lebenshaltungskosten einen Vorschlag des Wirtschaftsministeriums an, die Einfuhr einer großen Zahl von Produkten aus der EU zu vereinfachen. Dabei soll die Konformität mit einer EU-Norm für die Einfuhr nach Israel ausreichen. Die Reform soll auch für Nahrungsmittel gelten.¹²⁷

Indessen muss der Grundsatzbeschluss noch in die Gesetzgebung einfließen. Wann und wie dieses geschieht, bleibt allerdings angesichts des Kriegszustands und der damit verbundenen innenpolitischen Ungewissheit unklar. Laut Experten der GTAI würde eine entsprechende Gesetzgebung die Marktzulassung zumindest eines Teils von Nahrungsmitteln erheblich erleichtern und wäre deshalb auch für zahlreiche deutsche Exporteure von Bedeutung.

¹²⁶ Ministry of Health, Ministry of Education and the Ministry of Culture and Sports, Efschari Bari – Ha-Tochnit ha-leumit le-Chaim pe'ilim u-wri'im (Es geht auch gesund – das nationale Programm für aktives und gesundes Leben), <https://www.efsharibari.gov.il/eat-healthy/buy-healthy-food/food-labeling/harmful-food-labeling/>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023

¹²⁷ Portal Walla, Waadat ha-Ssarim le-Joker ha-Mechija hechlita leametz Tkina erope'it (Der Ministerausschuss für Lebenshaltungskosten hat die Übernahme europäischer Normen beschlossen), aufgerufen am 06.11.2023, <https://finance.walla.co.il/item/3609163>

13. Koscher-Zertifizierung

13.1 Erfordernis der Zertifizierung

Die allermeisten Lebens- und Nahrungsmittel, die in Israel in den Verkauf gelangen, inklusive importierter Produkte, besitzen den Status kosher. Das gilt auch für die Sparten Süßwaren, Knabberartikel, Backwaren, Cerealien und Speiseeis. Wohlgemerkt gibt es kein Verbot für den Verkauf nicht-koscherer Produkte aus einheimischer Produktion. Für importierte Waren besteht ein Einfuhrverbot nicht-koscherer Lebensmittel lediglich für Fleisch und Fleischerzeugnisse.

Allerdings halten sich die Absatzmöglichkeiten für nicht-koschere Produkte beziehungsweise Produkte ohne ein Koscher-Zertifikat in Grenzen. Rund 70 % der israelischen Juden essen kosher. Ein großer Teil von ihnen würde Lebensmittelgeschäfte, die auch nicht-koschere Erzeugnisse anbieten, nicht aufsuchen. Umgekehrt aber boykottieren säkulare Juden keine koscheren Lebensmittelgeschäfte.

Hersteller, Lebensmittelhäuser, Catering-Firmen, die Lebens- und Nahrungsmittel für Einrichtungen des öffentlichen Sektors bereitstellen, einschließlich der Krankenhäuser und der Armee, sind verpflichtet, koschere Lebensmittel zu liefern.¹²⁸

Nach dem Judentum müssen Nichtjuden nicht kosher essen. Allerdings erkennen Muslime in Israel ein Koscher-Zertifikat als einen Nachweis der Konformität mit den Halal-Gesetzen an. Das liegt darin begründet dass die Kaschrut-Bestimmungen ausführlicher als die Halal-Regeln sind, letzteren aber genügen. Daher ermöglicht ein Kaschrut-Zertifikat im Wesentlichen auch den Verkauf betreffender Produkte an Muslime, die sich an die Halal-Regel halten.¹²⁹

13.2 Anforderungen an industrielle Herstellung

Das Wort „koscher“ – in moderner hebräischer Aussprache „kascher“ – bedeutet so viel wie „geeignet“ oder „erlaubt“. Im heutigen Sprachgebrauch bezieht es sich auf Lebens- und Nahrungsmittel, die die jüdischen Religionsgesetze zum Verzehr erlauben.

Alle koscheren Nahrungsmittel unterteilen sich in drei Kategorien: „fleischig“, „milchig“ und „parve“. Parve Nahrungsmittel enthalten weder Fleisch- noch Milchbestandteile.

¹²⁸ Office of the State Comptroller, Ha-Pikuach al Kaschrut Ha-Mason, 16.5.2017 (Aufsicht über die Kaschrut von Nahrungsmitteln), S. 1, [https://www.mevaker.gov.il/\(X\(1\)S\(tauqe40h2113afnhgcvph4a\)\)/sites/DigitalLibrary/Pages/Reports/68-2.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1](https://www.mevaker.gov.il/(X(1)S(tauqe40h2113afnhgcvph4a))/sites/DigitalLibrary/Pages/Reports/68-2.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1), zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

¹²⁹ Germany Trade and Invest, Israels Nahrungsmittelmarkt wächst, 25.05.2021, aufgerufen am 19.10.2023 <https://www.gtai.de/de/trade/israel/branchen/israels-nahrungsmittelmarkt-waechst-650962>, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023

Die Kaschrut-Gesetze gehören zu den ausführlichsten und kompliziertesten religiösen Bestimmungen des Judentums. Die über den jüdischen Religionskreis hinaus bekanntesten, wie das Verbot, Fleisch und Milch zu vermischen oder Schweinefleisch zu essen, verkörpern nur einen ganz kleinen Teil der im Lauf von Jahrhunderten entwickelten Bestimmungen. In komplexen Fragen sollte sich der Rat von rabbinischen Autoritäten eingeholt werden, da selbst religiöse Juden sich nicht in allen Zweifelsfällen zu behelfen wissen. Deshalb ist es für Konsumenten, die sich an die Kaschrut-Gesetze halten, im Zeitalter industrieller Nahrungsmittelherstellung wichtig, nur Produkte zu erwerben, die über ein Koscher-Zertifikat verfügen. Solche Zertifikate dürfen, sofern sie in Israel gelten sollen, nur mit Genehmigung und unter Aufsicht des Oberrabbinats des Staates Israel (Chief Rabbinate of Israel) ausgestellt werden.

Bei der Überprüfung der Ingredienzien werden nicht nur die Grundbestandteile, sondern auch die Zusatzstoffe überprüft. Diese beeinflussen mitunter eine Anerkennung des Produkts als koscher. Als Beispiel dafür nennt die Orthodoxe Rabbinerkonferenz Deutschland (ORD) Brot. Lediglich aus Mehl, Wasser und Hefe hergestelltes Brot gilt als koscher.¹³⁰ Allerdings werden heute in der Backwarenindustrie auch Emulgatoren verwendet, die nicht-koschere tierische Fette enthalten können.¹³¹ In einem solchen Fall handelt es sich um nicht koscher.

Das obige Beispiel zeigt, dass koschere Produktion die gesamte Lieferkette umfassen. Die Anforderungen variieren mitunter von Produkt zu Produkt. Generell gilt aber, dass der zertifizierende Rabbiner sich von der Kaschrut der Ingredienzien und Vorprodukte überzeugt. Die Ausstellung eines Koscher-Zertifikats setzt die Einhaltung seiner Anweisungen voraus. Bei der Lagerung der koscheren Rohstoffe und Vorprodukte ist zu gewährleisten, dass diese nicht in Berührung mit nicht-koscheren Produkten kommen.¹³² Dasselbe gilt auch für die Produktionsanlagen für koschere Nahrungsmittel. Diese selbst müssen nicht neu sein, jedoch besteht die Notwendigkeit, sie vor Beginn der koscheren Herstellung koscher zu machen. Dieser Prozess wird rabbinisch überwacht. Er umfasst die Reinigung und Säuberung der Ausrüstung durch eine Vielzahl von Reinigungsmethoden, die u. a. auch Dämpfen, Kochen oder sogar direkten Kontakt mit Flammen beinhalten.¹³³

Bei der Abfüllung, der Lagerung und dem Transport dürfen die koscheren Nahrungsmittel auf keinen Fall mit nicht koscheren in Berührung kommen. Auch diesbezüglich erteilt die

¹³⁰ Orthodoxe Rabbinerkonferenz Deutschland, Kaschrut, Brot und Backwaren, <https://koscherliste.ordonline.de/informationen-zu-kaschrut/>, zuletzt aufgerufen am 24.10.2023

¹³¹ ebenda

¹³² Luke Grocholl, Sigma-Aldrich, K kosher Manufacturing in the Food Industry, K kosher Manufacturing in the Food Industry, <https://www.sigmaaldrich.com/IL/en/technical-documents/technical-article/food-and-beverage-testing-and-manufacturing/regulatory-compliance-for-food-and-beverage/kosher-manufacturing>, zuletzt aufgerufen am 24.10.2023

¹³³ Rabbiner Yossi Grossman, Industrial Kosher (IK), Intro To Kosher Manufacturing Requirements, 28. März 2022, <https://industrialkosher.org/intro-to-kosher-manufacturing-requirements/>, zuletzt aufgerufen am 24.10.2023

Zertifizierungsstelle entsprechende Anweisungen. Grundsätzlich gilt, dass sich die koschere Produktion von nicht-fleischhaltigen Nahrungsmitteln einfacher gestaltet als bei fleischhaltigen – inklusive fleischhaltiger Snacks. Bei allen Fleischprodukten bedarf es zusätzlich zu allen anderen Anforderungen, der Einhaltung von spezifischen Bestimmungen. So darf nur Fleisch von koscheren Tieren verwendet werden und Schlachtung nur entsprechend den Vorschriften der jüdischen Religion erfolgen.

13.3 Das israelische Oberrabbinat

Das Oberrabbinat verkörpert eine offizielle, vom Staat anerkannte Institution, die von Rechts wegen viele Aspekte des religiösen Lebens der jüdischen Bevölkerung regelt und deren Einhaltung überwacht.

Dazu gehört die Kaschrut, für die das Oberrabbinat eine diesem Zweck gewidmete Abteilung unterhält. Die tatsächliche Durchsetzung der Kaschrut-Regeln für in Israel hergestellte Nahrungsmittel erfolgt durch die städtischen Rabbinate. Jedoch bleibt das Oberrabbinat für das Kaschrut-Wesen übergreifend verantwortlich.¹³⁴ Im Bereich der einheimischen Nahrungsmittelindustrie legt es die Kriterien für die Anerkennung von Produkten als koscher fest.¹³⁵ Außerdem begleitet es das jeweilige Ortsrabbinat für die in seinem Zuständigkeitsbereich liegenden Betriebe. Es überwacht und überprüft die Umsetzung der Kaschrut-Regeln.¹³⁶ Eine weitere Aufgabe des Oberrabbinats besteht auch in der Einhaltung der Kaschrut durch Gaststätten, Hotels und andere Betriebe des Gaststättengewerbes.¹³⁷ Auch hier gilt, wohlgemerkt, für koschere Betriebsführung existiert keine gesetzliche Pflicht. Allerdings halten fast alle Hotels und ein Großteil der Gaststätten in jüdischen Wohnorten die Kaschrut-Regeln ein und beantragen ein Koscher-Zertifikat. Deshalb führen auch sie lediglich als koscher zertifizierte Nahrungsmittel.

Nahrungsmittel, die kein vom Oberrabbinat anerkanntes Koscher-Zertifikat besitzen, als koscher zu deklarieren, gilt in Israel als illegal. Das Oberrabbinat ahndet dies in der Regel mit Bußgeldstrafen.¹³⁸

13.4 Die „Strenge“ Kaschrut

Es gibt eine für viele, vor allem ultraorthodoxe Verbraucher, wichtige Unterscheidung zwischen zwei Stufen der Kaschrut: „koscher“ – auch gewöhnliche Kaschrut genannt – und „strenge kosher“, auf Hebräisch „kascher lemehadrin“. Die „gewöhnliche“ Kaschrut stützt

¹³⁴ Chief Rabbinate of Israel, Kaschrut (hebräisch), https://www.gov.il/he/departments/topics/national_kosher/govil-landing-page, zuletzt aufgerufen am 23.10.2023

¹³⁵ ebenda,

¹³⁶ ebenda

¹³⁷ ebenda

¹³⁸ ebenda

sich auf die maßgeblichen rabbinischen Meinungen, doch legt sie diese in bestimmten Fällen nicht so strikt wie die „strenge“ Kaschrut aus.¹³⁹ Ultraorthodoxe Konsumenten bestehen in der Regel auf „strenger“ Kaschrut.

Es existiert keine einheitliche Definition der „strengen“ Kaschrut, so dass es zum Teil auf den zertifizierenden Rabbiner oder die zertifizierende rabbinische Organisation ankommt.¹⁴⁰ Gleichwohl gibt es eine Reihe typischer Unterschiede. So besteht die Möglichkeit, dass die „strenge“ Kaschrut die Dauerpräsenz eines Kaschrut-Aufsehers am Produktionsort und nicht nur turnusmäßige Kontrollen verlangt. Ein weiteres Beispiel betrifft die Frage, ob nur Milch Verwendung findet, die unter der Aufsicht eines Juden produziert wird oder auch welche ohne eine solche Überwachung.¹⁴¹ Natürlich muss sie in jedem Fall von einem koscheren Tier stammen, etwa einer Kuh. Diese Frage stellt sich bei Milch und daher bei außerhalb Israels erzeugten milchhaltigen Produkten generell.

Ein wichtiges Segment des „strengen“ Kaschrut-Wesens in Israel stellen sogenannte „Gerechtigkeitsgerichte“ – rabbinische Organisationen, die hauptsächlich ultraorthodoxen Charakter tragen – dar. Das Akronym für ihren hebräischen Namen lautet „Badatz“. Sie geben eigene Koscher-Zertifikate aus, die besonders strengen Kriterien genügen sollen, auch wenn diese Zeugnisse die vom Rabbinat ausgestellten grundsätzlich nicht ersetzen, sondern ergänzen.¹⁴² Zahlreiche Verbraucher, vor allem ultraorthodoxe, kaufen lediglich Produkte, die ein sogenanntes Badatz-Testat besitzen – oft von nur einer bestimmten rabbinischen Organisationen ausgestellt.

Solche Fragen zu Koscher-Zertifikaten betreffen auch ausländische Anbieter, die koschere Nahrungsmittel nach Israel exportieren wollen. Von der Art des Zertifikats hängt nämlich teilweise der Kundenkreis ab, der mit diesen Produkten angesprochen wird. In aller Regel kennt sich der israelische Importeur mit diesen Themen gut aus, doch wäre es für den ausländischen Exporteur durchaus vorteilhaft, sich einen allgemeinen Überblick über die Forderungen verschiedener Käufergruppen zu verschaffen.

13.5 Wahl der zertifizierenden Stelle

Die Einhaltung der Kaschrut-Regeln bei Importprodukten erweist sich für den Massenabsatz von Nahrungsmitteln in Israel oft als entscheidend wichtig. Für ausländische Hersteller

¹³⁹ Yeshiva-Portal, Ma ha-Hewdel bein Kaschrut regila le-Mehadrin? (Was ist der Unterschied zwischen gewöhnlicher Kaschrut und le-Mehadrin?), <https://www.yeshiva.org.il/ask/6632>, zuletzt aufgerufen am 23.10.2023

¹⁴⁰ Mi Yodea-Portal, In Israel, what is the difference between l'mehadrin and badatz?, <https://judaism.stackexchange.com/questions/70846/in-israel-what-is-the-difference-between-lmehadrin-and-badatz>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2023

¹⁴¹ OU Kosher Certification Service, 27.02.2006, <https://oukasher.org/blog/consumer-kosher/chalav-visroel/>, zuletzt aufgerufen am 24.06.2023

¹⁴² Rabbiner Moshe Speter, Ma ha-Hewdel bein Kaschrut Badatz le-Hechscher ha-Rabanut? (Was ist der Unterschied zwischen der Bdatz-Kaschrut und dem Koscher-Zertifikat des Rabbinats, Yediot Achronot, 04.12.2011, <https://www.ynet.co.il/articles/0,7340,L-4156580,00.html>, zuletzt aufgerufen am 23.10.2023

besteht die Möglichkeit, sich ein Koscher-Zertifikat für Israel von Rabbinern oder Kaschrut-Organisationen ausstellen zu lassen, die das israelische Oberrabbinat zur Ausstellung solcher ermächtigt.¹⁴³ Hinsichtlich der Anerkennung einer zertifizierenden Stelle durch das israelische Oberrabbinat kann sich der ausländische Hersteller mit seinem israelischen Vertriebspartner beraten. Seriöse israelische Nahrungsmittelimporteure kennen diese Anerkennungsprozedur bereits.

Die anerkannten Rabbiner oder Kaschrut-Organisationen müssen ihren Sitz nicht im Land des Exporteurs haben. Es kommt nur auf die Anerkennung der zertifizierenden Stelle durch das israelische Oberrabbinat an. Diese zeigt sich darin, dass ~~man~~ über die Koscher-Zertifizierung hinaus das Produkt mit dem Vermerk „Mit Genehmigung des Oberrabbinats von Israel“ auszeichnet ist. So lässt sich ein in Südkorea hergestelltes Erzeugnis einer internationalen Marke beispielsweise vom Rabbinatsgericht von Manchester oder von einer israelischen Badatz-Organisation als koscher zertifizieren – eben mit Genehmigung des israelischen Oberrabbinats.

Das Oberrabbinat verfügt über eine Liste von Rabbinern oder Kaschrut-Organisationen, die über die erforderliche Anerkennung verfügen. Allerdings handelt es sich nicht um eine Blankovollmacht. Vielmehr prüft das Oberrabbinat mitunter im Einzelfall auch nach, ob das betreffende Produkt, inklusive seiner Ingredienzien, seinen Anforderungen entspricht.¹⁴⁴

Wenn ein ausländischer Hersteller eine zertifizierende Stelle mit der Erteilung eines Koscher-Zertifikats beauftragen möchte, die nicht im Verzeichnis des israelischen Oberrabbinats steht, erfordert dies eine Aufnahme in diese Liste. Dieser unumgängliche Prozess gestaltet sich oftmals als zeitaufwendig. Ansonsten gilt das Zertifikat in Israel nicht. Das Produkt darf dann auf dem israelischen Markt nicht als koscher verkauft werden.

13.6 Relevanz für andere Märkte

Die Einrichtung koscherer Produktion und die Erlangung eines Koscher-Zertifikats ermöglichen übrigens nicht nur den Massenabsatz auf dem israelischen Markt, sondern öffnen auch den Zugang zum Markt für koschere Produkte in anderen Ländern. In den USA leben circa 6 Mio. Juden. Zwar ernährt sich nur eine Minderheit von ihnen ausschließlich koscher, doch stellt auch diese Minderheit ein wichtiges Marktsegment für koschere Nahrungsmittel dar. Überdies kaufen auch viele nichtjüdische Amerikaner koscher ein, unter anderem, weil sie das Koscher-Zertifikat für eine Art Gütesiegel halten. In Europa

¹⁴³ Chief Rabbinate of Israel, Kaschrut: Jiwu (Einfuhr), https://www.gov.il/he/departments/topics/kosher_imports/govil-landing-page, zuletzt aufgerufen am 23.10.2023

¹⁴⁴ Michael Decker, Decker, Pex, Levi, Rosenberg Law Office, Obtaining a Kashrut Certificate (Approval for Consumption by Jewish Law) for International Food Companies, <https://lawoffice.org/en/kashrut-certificate-for-international-food-companies/>, zuletzt aufgerufen am 23.10.2023

stellen Frankreich und das Vereinigte Königreich die beiden größten Absatzmärkte für koschere Nahrungsmittel.

14. Wichtige Kontakte und Messen für Hersteller aus Deutschland

Vorbemerkung: Israelische Unternehmen benennen keine Ansprechpartner für generelle Anfragen. Vielmehr werden diese an die jeweils zuständigen leitenden Angestellten oder andere Mitarbeiter weiter.

14.1 Wichtigste Importeure nach Produktgruppe

Diplomat Group Ltd.	
Adresse / Website	Hermon Street 4 Airport City 701000 Israel https://www.diplomat-global.com/israel/
Kontakt	E-Mail: info_group@diplomat-global.com Tel.: +972-(0)3-9766666
Produktgruppen / Marken	Das Unternehmen ist ein bedeutender israelischer Importeur von Lebensmitteln, inklusive Süßwaren und Cerealien sowie anderen schnelllebigen Konsumgütern
Profil	Vertriebs- und Distributionsunternehmen in Israel. Das Unternehmen bietet ein breit gefächertes Portfolio an Fast Moving Consumer Goods, (FMCG)- und Lebensmittelmarken. Diplomat Group Ltd. bietet auch Lösungen für das Lieferkettenmanagement an.

Leiman-Schlüssel Ltd.	
Adresse / Website	Nahal Poleg 5 Yavne 8122317 Israel https://www.l-s.co.il/eng/Home/
Kontakt	Internet-Kontaktformular https://www.l-s.co.il/eng/ContactUs/ Tel.: +972-(0)8-9324400
Produktgruppen	Schokolade, Kaugummi, Bonbons, Waffeln, Gebäck
Produkte / Marken	Das Unternehmen agiert als exklusiver Importeur und Vertriebshändler für internationale Hersteller.
Profil	Das Unternehmen wurde 1919 in Berlin gegründet. 1935 wanderten die Gründer, die Familie Leiman nach Israel aus. 1954 bildete sich ein Gemeinschaftsunternehmen mit der Familie Schlüssel. Heute leiten es zwei Generationen der beiden Gründerfamilien.

S. Schestowitz Ltd.	
Adresse / Website	Alon Hatavor St. 10 Caesarea 3079886 Israel https://www.sch.co.il/en/
Kontakt	E-Mail: customers@sch.co.il Tel.: +972-(0)3-9200300
Produktgruppen	Körperpflegeprodukte, Kosmetika und Parfüm, Haushaltspflegeprodukte und Lebensmittel
Produkte / Marken	Süßwaren und Snacks
Profil	Das Unternehmen befindet sich im Alleinbesitz des israelischen Geschäftsmanns Jonathan Schestowitz.

Willi-Food Ltd.	
Adresse / Website	Nahal Harif St. 4 Caesarea 3079886 Israel
Kontakt	E-Mail: willi@willi-food.co.il Tel.: + 972 (0)8-9321000
Produktgruppen	Import von trockenen, gekühlten und gefrorenen Lebensmitteln aus 30 Kategorien
Produkte / Marken	mehr als 600 Marken aus 30 Kategorien, darunter Süßwaren und Cerealien
Profil	Das Unternehmen besitzt eine Tochterfirma namens Euro Dairies Europe (Gold-Frost) Ltd. Euro Dairies spezialisiert sich auf den Import von Milchprodukten aus Europa.

14.2 Wichtigste Hersteller nach Produktgruppe

Achva Ltd.	
Adresse / Website	Yasmin St. 39 Ariel 4070000 Israel https://english.halva.co.il/
Kontakt	Website mit Kontaktformular: https://english.halva.co.il/?page_id=149 Tel.: +0972-(0)9068030
Produktgruppen	Gebäck

Achva Ltd.	
Profil	Achva (auch als Achdut bekannt) wurde 1929 in Tel Aviv gegründet. Das Unternehmen ist ein bedeutender Nahrungsmittelhersteller in Israel und spezialisiert sich auf Tahini, Halva und Gebäckwaren.

Carmit Candy Industries Ltd.	
Adresse / Website	P. O. B. 70026 Nof HaGalil 1789032 Israel www.carmit.co.il
Kontakt	E-Mail: info@carmit.co.il Tel.: +972-(0)3-9637000
Umsatz	66 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	255
Produktgruppen	Schokolade, Gebäck, Müsli-Erzeugnisse
Profil	Carmit Candy Industries Ltd. ist ein Süßwarenunternehmen, das Schokolade, Gebäck und Müsliprodukte entwickelt, herstellt und vertreibt. Einige der führenden Eigenmarken-Kategorien sind: Schokoladen ohne Milchzusatz, eierfreie Marshmallows, glutenfreie Waffeln, Kekse und Snacks. Das Unternehmen verfügt über drei Produktionsstätten.

Globrands Ltd.	
Adresse / Website	Hahascale Av. 9 Tel Aviv 6119302 Israel https://www.globrands.co.il/en/
Kontakt	E-Mail: office@globrands.co.il Tel.: +972-(0)3-9483535
Umsatz	884 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	260
Produktgruppen	Vertrieb von Tabakerzeugnissen, Süßwaren und Snacks
Profil	Das Unternehmen beliefert rund 3.000 Einzelhandelsgeschäfte mit Süßwaren und Snacks.

Neeman Pastry & Cafe Ltd.	
Adresse / Website	Hataasia St. 2 Jerusalem 9342186 Israel https://neeman.co.il/ (nur Hebräisch)
Kontakt	E-Mail: w@cpa.co.il Tel.: +972-(0)2-6481064
Produktgruppen	Backwaren
Profil	Die Konditoreikette Neeman Pastry & Cafe Ltd., 1944 gegründet, verfügt über 50 Filialen, die eine Palette von Backwaren anbieten.

Nestlé Ice Cream (Froneri Israel Ltd.)	
Adresse / Website	Weizmann St. 4 Tel Aviv 6423904 Israel https://froneri.co.il/
Kontakt	Tel.: +972-(0)3-9114402
Umsatz	119 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	3.500
Produktgruppen	Nestlé Ice Cream (Froneri Israel Ltd.) ist ein führender Speiseeisanbieter auf dem israelischen Markt.
Profil	Die meisten Mitarbeiter arbeiten in der Fabrik in der Stadt Kiryat Malachi. Zu den bekanntesten Marken gehören: La Cremeria, Extreme, Cookilida und Crunch. Außerdem verfügt das Unternehmen über eine exklusive Vertriebsvereinbarung für die Speiseeismarke Häagen-Dazs.

Roladin Ltd.	
Adresse / Website	Haofe St. 1 Kadima 6092000 Israel https://www.roladin.co.il
Kontakt	E-Mail: customerservice@roladin.co.il Tel.: +972-(0)9-8999927
Umsatz	k. A.
Mitarbeiterzahl	k. A.
Produktgruppen	Feingebäck, Kaffee

Roladin Ltd.	
Profil	Roladin Ltd., die größte israelische Konditoreikette, führt gegenwärtig (2023) 102 Filialen. Das Unternehmen spezialisierte sich auf Feingebäck und Kaffee.

Strauss Group Ltd.	
Adresse / Website	Hasivim St. 49 Petah Tikva 4959504 Israel www.strauss-group.com (mit Kontaktformular)
Kontakt	Tel.: +972-(0)3-6752499
Umsatz	2,8 Mrd. USD
Mitarbeiterzahl	18.000
Produktgruppen	Schokoladenriegel, süße Snacks und Kaugummi
Profil	Die Strauss Group Ltd., eines der ältesten Industrieunternehmen in Israel, stellt heute im Süßwarenssegment Schokoladenriegel, süße Snacks und Kaugummi her. Ihre Produkte werden landesweit in den meisten Supermarktketten in Israel verkauft. Zugleich ist sie als Importeur tätig. Das Unternehmen betreibt nach eigenen Angaben 28 Produktionsstätten in mehr als 20 Ländern.

Unilever Israel Foods Ltd.	
Adresse / Website	Gilboa St. 4 Airport City 70100 Israel https://www.unilever.co.il/
Kontakt	Chat-Option auf der Webseite Tel.: +972-(0)4-6328671 Fax: -972-(0)4-6328695
Umsatz	804 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	1.900
Produktgruppen	Süßwaren, Speiseeis, salzige Snacks
Profil	Der Unilever-Konzern agiert in Israel über die Tochterfirma Unilever Israel Foods Ltd. und verfügt über vier Produktionsstätten im Land. Das Unternehmen stellt 85 % seiner in Israel verkauften Produkte in Israel her. Es erzeugt unter anderem Süßwaren, Speiseeis und salzige Snacks.

14.3 Wichtigste Handelsbeteiligte: LEH, HoReCa, Großhandel

Almashadawe King Store Ltd.	
Adresse / Website	Hayotzer St. 5 Nof Hagalil 1789089 Israel https://www.kingstore.co.il/
Kontakt	Email: aboraya@kingstore.co.il Tel.: +972-(0)4-8593800, +972-(0)4-6519595
Umsatz	270 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	1.000
Produktgruppen	Almashadawe King Store Ltd. verkörpert die größte Lebensmitteleinzelhandelskette im arabischen Sektor.
Profil	Das Unternehmen verfügt über 23 Branchen.

Machsanei Hashuk Ltd. (englischer Name: C.N. Market Storages Ltd.)	
Adresse / Website	Shloshet Bnei Ein Harod St. 80 Be'er Sheva 8420500 Israel https://www.mck.co.il/
Kontakt	E-Mail: zehava@m-shuk.com Tel.: +972-(0)8-6290457
Umsatz	655 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	3.000
Produktgruppen	Machsanei Hashuk Ltd. stellt eine der größten israelischen Lebensmitteleinzelhandelsketten dar.
Profil	Das Familienunternehmen, 1972 als ein einzelner Lebensmittelladen gegründet, wuchs durch Expansion und die Übernahme der CoopShop-Supermarktkette auf 63 Filialen an (Stand 2023).

Merav Mazonkol (Osher Ad) Ltd.	
Adresse / Website	Jaffa Rd. 157 Haifa 3525126 Israel https://osherad.co.il/ (nur hebräisch)
Kontakt	Tel.: +972-2-6508504
Umsatz	1.430 USD
Mitarbeiterzahl	1.750

Merav Mazonkol (Osher Ad) Ltd.	
Produktgruppen	Merav Mazonkol (Osher Ad) Ltd. spezialisierte sich auf Niedrigpreisprodukte, nicht zuletzt, um ultraorthodoxe Kunden anzusprechen.
Profil	Das Unternehmen bemüht sich auch um Kunden außerhalb des ultraorthodoxen Sektors. Das trug zu seinem Aufstieg zur drittgrößten Supermarktkette des Landes bei.

Rami Levi Chain Stores Hashikma Marketing 2006 Ltd.	
Adresse / Website	Tsela ha-Har St. 17 Modiin 7178458 Israel https://www.rami-levy.co.il/he
Kontakt	E-Mail: sherut@rami-levy.co.il Tel.: +972 (0)2-6481843
Umsatz	2,096 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	7.600
Produktgruppen	Rami Levi Chain Stores Hashikma Marketing 2006 Ltd. betreibt die zweitgrößte Supermarktkette in Israel. Das Unternehmen sieht sich als ein Discounter und bietet niedrige Preise an.
Profil	Die Supermärkte der Kette verkaufen Lebensmittel und andere schnelllebige Verbrauchsgüter.

Shufersal Ltd.	
Adresse / Website	Binyamin Shmotkin St 30 Rishon LeTsiyon 7536333 Israel https://www.shufersal.co.il/online/ (nur hebräisch)
Kontakt	E-Mail: sherutk@shufersal.co.il Tel.: +972 (0)2-6481843
Umsatz	4,364 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	14.700
Produktgruppen	Das Unternehmen bietet eine breite Palette an Lebensmitteln und anderen FMCG an.
Profil	Shufersal Ltd., die größte Supermarktkette in Israel, betreibt nach eigenen Angaben landesweit 401 Niederlassungen.

Tiv Taam Reshatot Ltd.	
Adresse / Website	Zvi ha-Nahal 1 Emek Hefer 3877701 Israel https://www.tivtaam.co.il
Kontakt	E-Mail: info@tivtaam.co.il Tel.: +972-(0)4-6179048
Umsatz	410 Mio. USD
Mitarbeiterzahl	1.400
Produktgruppen	Lebensmittel und andere FMCG , hoher Anteil von Nahrungsmitteln aus Mittelost- und Osteuropa.
Profil	Tiv Taam Reshatot Ltd. führt als einzige unter den führenden Supermarktketten auch nicht-koschere Produkte im Sortiment.

14.4 Wichtige Kontaktstellen bei Behörden und Organisationen

National Food Service / Ministry of Health	
Adresse / Website	Haarba'a St. 12 Tel Aviv 6473912 Israel https://www.gov.il/en/departments/units/food_control_unit/govil-landing-page
Kontakt	E-Mail: Call.habriut@moh.health.gov.i Tel.: +972-(0)8-6241010
Profil	Der Nationale Lebensmitteldienst verantwortet die Aufsicht aller Aspekte der Lebensmittelerzeugung und -versorgung in Israel. Unter anderem fallen in seinen Zuständigkeitsbereich die Marktzulassung von Nahrungsmitteln und die Zulassung von Importeuren.

Chief Rabbinate of Israel	
Adresse / Website	Oholiav St. 5 Jerusalem 9446778 Israel https://www.gov.il/en/departments/chief_rabbinate_of_israel/govil-landing-page
Kontakt	E-Mail: rabbia@rab.gov.il (Büro des aschkenasischen Oberrabbiners) Tel.: +972(0)2-5313131
Profil	Er ist zuständig für verschiedene Aspekte des jüdischen religiösen Lebens, darunter auch Kaschrut.

AHK Israel	
Adresse / Website	Kaufmann St. 4 Tel Aviv 6801296 Israel https://israel.ahk.de/
Kontakt	E-Mail: info@ahkisrael.co.il Tel.: +972 (0)3-6806800
Profil	Die Deutsch-Israelische Industrie- und Handelskammer (AHK Israel) präsentiert sich als Teil des Netzwerks der deutschen Industrie- und Handelskammern. Das Ziel der AHK Israel besteht in der Förderung des deutsch-israelischen Handels und der Vertretung der Interessen ihrer Mitglieder. Gemeinsam mit den IHKs unterstützt und berät sie deutsche Unternehmen beim Auf- und Ausbau ihrer Wirtschaftsbeziehungen in Israel. Sie unterhält enge Beziehungen zur Privatwirtschaft, zu Ministerien und Verbänden.

Federation of Israeli Chamber of Commerce (FICC)	
Adresse / Website	Hahashmonaim St. 84 Tel Aviv 67132 Israel https://chamber.org.il/en
Kontakt	E-Mail: danieller@chamber.org.il (International Relations & Business Development Department) Tel.: +972-(0)3-5631021 (International Relations & Business Development Department)
Profil	Die FICC vertritt den Handels- und Dienstleistungssektor, inklusive der Importwirtschaft. Sie fungiert als Dachverband für über 5.000 Unternehmen und Organisationen. Die FICC setzt sich unter anderem für die Abschaffung von Importhemmnissen ein.

Food Industries Association of Israel	
Adresse / Website	Hamered Street 29 Tel Aviv 6812511 Israel https://eng.industry.org.il/Food
Kontakt	E-Mail: avivh@industry.org.il Tel.: +972-(0)3-5198838

Food Industries Association of Israel	
Profil	Die Food Industries Association of Israel betätigt sich im Rahmen der Industriellenvereinigung (Manufactures Association of Israel) als Fachverband der Lebensmittelindustrie. Seine mehr als 250 Lebensmittelunternehmen kommen für etwa 90 % der in Israel hergestellten verpackten Lebensmittel auf.

14.5 Wichtige Kontaktstellen bei Lebensmittelfachmessen

Israfood Exhibition – Stier Group Ltd.	
Adresse / Website	Habarzel Street 26 A Tel Aviv 6971037 Israel https://www.stier.co.il/en/
Kontakt	E-Mail: expo@stier-group.com Tel.: +972-(0)3-5626090
Ort / Termin / Rhythmus	Tel Aviv / jährlich / 2023 kriegsbedingt verschoben
Ausstellerzahlen / Besucherzahlen	126 Aussteller 16.000 Fachbesucher
Profil	Die Israfood Exhibition, die wichtigste Fachveranstaltung für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie in Israel, dient als eine Plattform für eine professionelle und geschäftliche Begegnungen zwischen Herstellern und Importeuren sowie Vertretern des gewerblichen Sektors inklusive der Einzelhandelsketten.

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 2023

UMSCHLAGGESTALTUNG

BMEL

BILDNACHWEIS

olegdubyna/stock.adobe.com

TEXT

GEFA Exportservice GmbH Gertraudenstraße 20 10178 Berlin Deutschland www.germanexport.org	Deutsch-Israelische Industrie- und Handelskammer Sharbat House 9th Floor Kaufmann St. 4 6801296 Tel Aviv Israel www.ahkisrael.co.il
---	--

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Frau Anika Kirschning
Frau Schulamith Wolffs
Frau Jessica Hensgens

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt GEFA Exportservice GmbH keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens GEFA Exportservice GmbH und zweitens die Förderung durch das BMEL gestattet.

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

Diese Publikation wird vom BMEL unentgeltlich abgegeben. Die Publikation ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht im Rahmen von Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

✉ @bmel

🌐 Lebensministerium

📺 @bmel_bund

www.agrarexportfoerderung.de

