

Halal-Marktanalyse für VAE

«Aktuelle Entwicklungen in den VEA -
Marktchancen für die Schweizer Ernährungswirtschaft»

Halal-Marktanalyse für VAE



Halal-Marktanalyse für VAE



Das Burj al Arab



Halal-Marktanalyse für VAE

AGENDA

1. About Us
2. Facts & Figures VAE
3. Konklusion Halal-Marktanalyse
4. Marketing Mix
5. Empfehlung für Vorgehensweise Markteintritt VAE
6. Pragmatisches und schrittweises Vorgehen
7. Wrap Up
8. Q&A

Halal-Marktanalyse für VAE

1. About Us

Rolf Roniger, Gründer & Managing Director Roniger & Partner

- Betriebsökonom FH, eidg. Dipl. VL, eidg. Aussenhandelsleiter, Absolvent SKU
- über 20 Jahren in der Lebensmittelindustrie & Einzelhandel
- ausgewiesener Kenner im internationalen Food Business (Industrie & Handel)
- Verschiedene Management Funktionen u.a. **Unilever, Oswald, JT International Tobacco, Migros Group, Discount leader Aldi**



MIGROS



- Im Frühjahr 2009 Gründung der Firma Roniger&Partner

Halal-Marktanalyse für VAE

Geschäftsfelder:

- **Begleitung von Herstellern in neue Märkte**
Motto: Von der Idee bis ins Regal
- **Sourcing** von Food Produkte für ausgewählte Retailers
- **Schulung** (massgeschneiderte Trainings für Unternehmen; Dozent an versch. Business Schulen im Bereich internationales Marketing)

Halal-Marktanalyse für VAE

2. Facts & Figures VAE

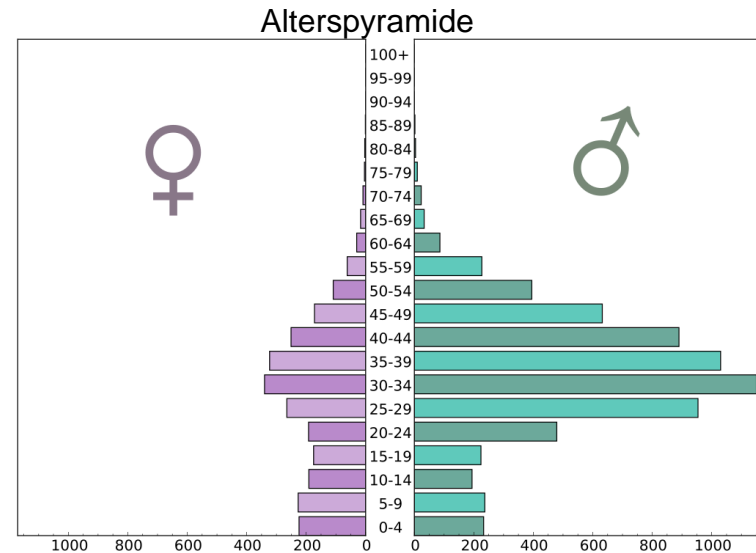
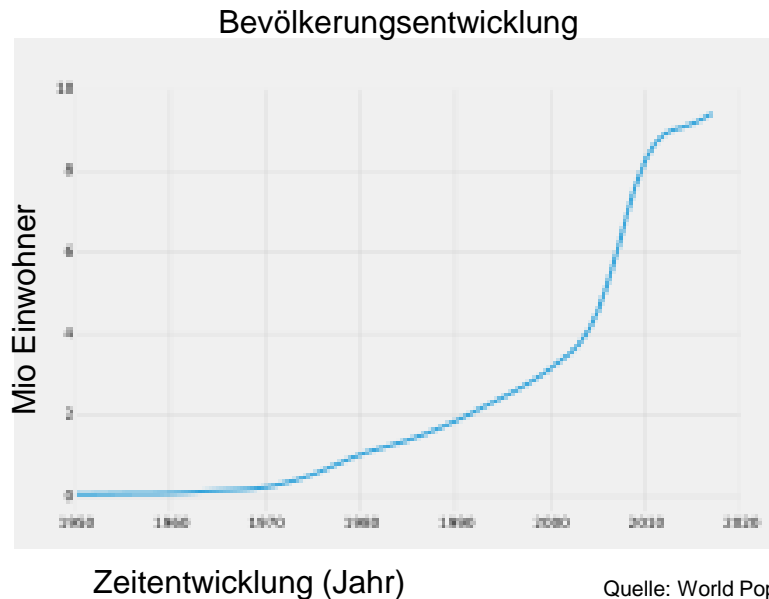


Halal-Marktanalyse für VAE

- Amtssprache: Arabisch
- Religion: Islam 96% (85% Sunniten und 15% Schiiten), andere Religionen (auch Christen und Hindus) 4%
- Hauptstadt: Abu Dhabi (1.5 Mio Einw.)
- 7 einzelne Emirate, die jeweils nach ihrer Hauptstadt benannt sind
- föderale konstitutionelle Erbmonarchie

Halal-Marktanalyse für VAE

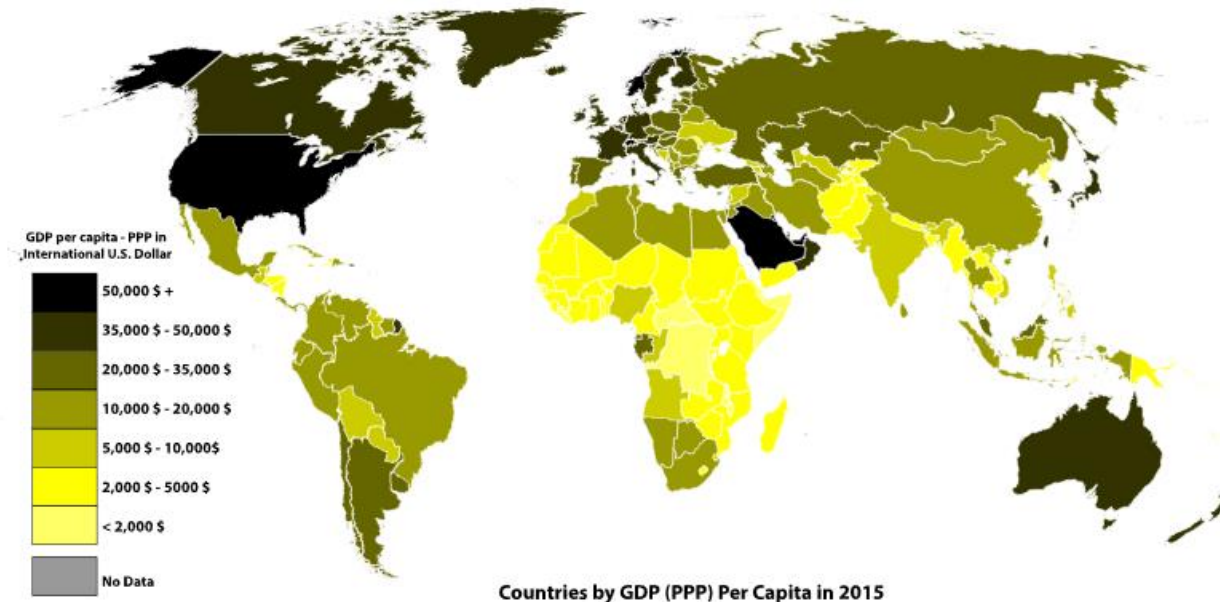
- Grösse: 83'600 km² (doppelt so gross wie die Schweiz; 97% Wüste)
- Bevölkerung: 10.1 Mio (davon rund 80% Arbeitsmigranten)
- Schweizer Kolonie: 3'089 Personen
- Ethnische Gruppen: Araber 87%, Inder 9%, Sonstige 4%



Quelle: World Population Prospects - UN

Halal-Marktanalyse für VAE

- BIP/Einwohner: rund 35'000 USD
(Vergleich Schweiz 79'000 USD)



Quelle: Wikipedia

Halal-Marktanalyse für VAE

- Währung VAE-Dirham (AED)
- Schweiz auf 7. Platz der wichtigsten Import Partner (Anteil rund 2%)
- **Erdöl-Erdgassektor bildet Rückgrat** (800 Millionen Barrel = Diese Menge entspricht ca. 10 % der OPEC-Produktion) -> **Strukturwandel in Gange**



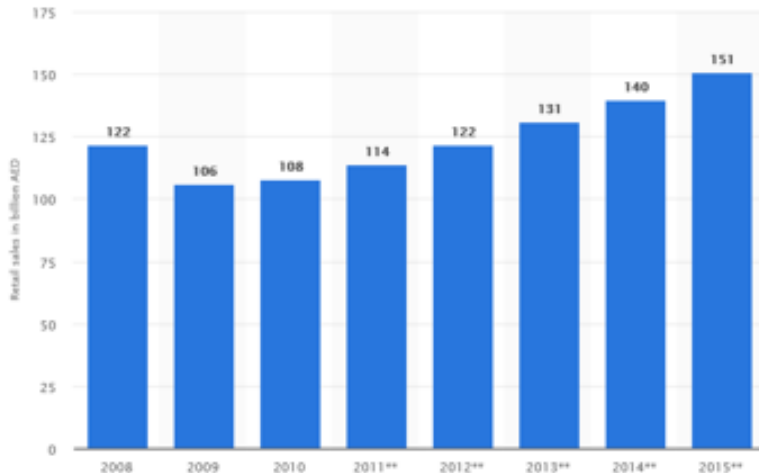
Halal-Marktanalyse für VAE

- Es gibt (ausser in den Freihandelszonen) einen generellen Importzoll von 5 %; für bestimmte Warengruppen gelten Ausnahmen
- Neu seit 1.1.2018: MWST 5%
- In den VAE gibt es generell keine Steuern – weder für Firmen noch für Privatleute. Die Emirate sind eines der wenigen verbleibenden Steuerparadiese der Welt
- Kaum Eigenindustrie (ausser Erdöl) d.h. grosse Importe wichtiger Handelsgüter
- Die VAE sind ein zentraler Handelsplatz für die ganze Region

Halal-Marktanalyse für VAE

Einzelhandel VAE

- Wert Einzelhandel VAE 56.1 Miard USD Ende Y2016 ¹⁾
- Erwartung für Y2021: >71 Miard USD / jährliches Wachstum rund 5% ¹⁾
- Entwicklung Einzelhandel von Y2008 bis 2015 (in Miard. AED) ²⁾



Halal-Marktanalyse für VAE

3. Konklusion Halal-Marktanalyse

- **langfristiges Denken**
- **Produkt Voraussetzungen** (Packungs-Adaption, Halal Zertifikat...)
- **Positionierung: SWISS & Premium**
- Land in **Strukturwandel**
- Hohes **BIP**
- Rasch wachsende, junge Bevölkerung

Halal-Marktanalyse für VAE

4. Marketing Mix klassisch *

- **P**RODUCT -> Kundennutzen
- **P**RISE -> Kosten/Preis
- **P**LACE -> Verfügbarkeit/Distribution
- **P**PROMOTION -> Kommunikation

*E.J. Mc Carthy

Halal-Marktanalyse für VAE

Ergänzende 3 P's (Dienstleistung)

- **P**hysical Distribution: Logistik, physikalische Distribution im Handel
- **P**rocess: Bestellungsabwicklung, Dokumentfluss, Systeme
- **P**eople: Kultur, Sprache, Schlüssel-personen vor Ort

Halal-Marktanalyse für VAE

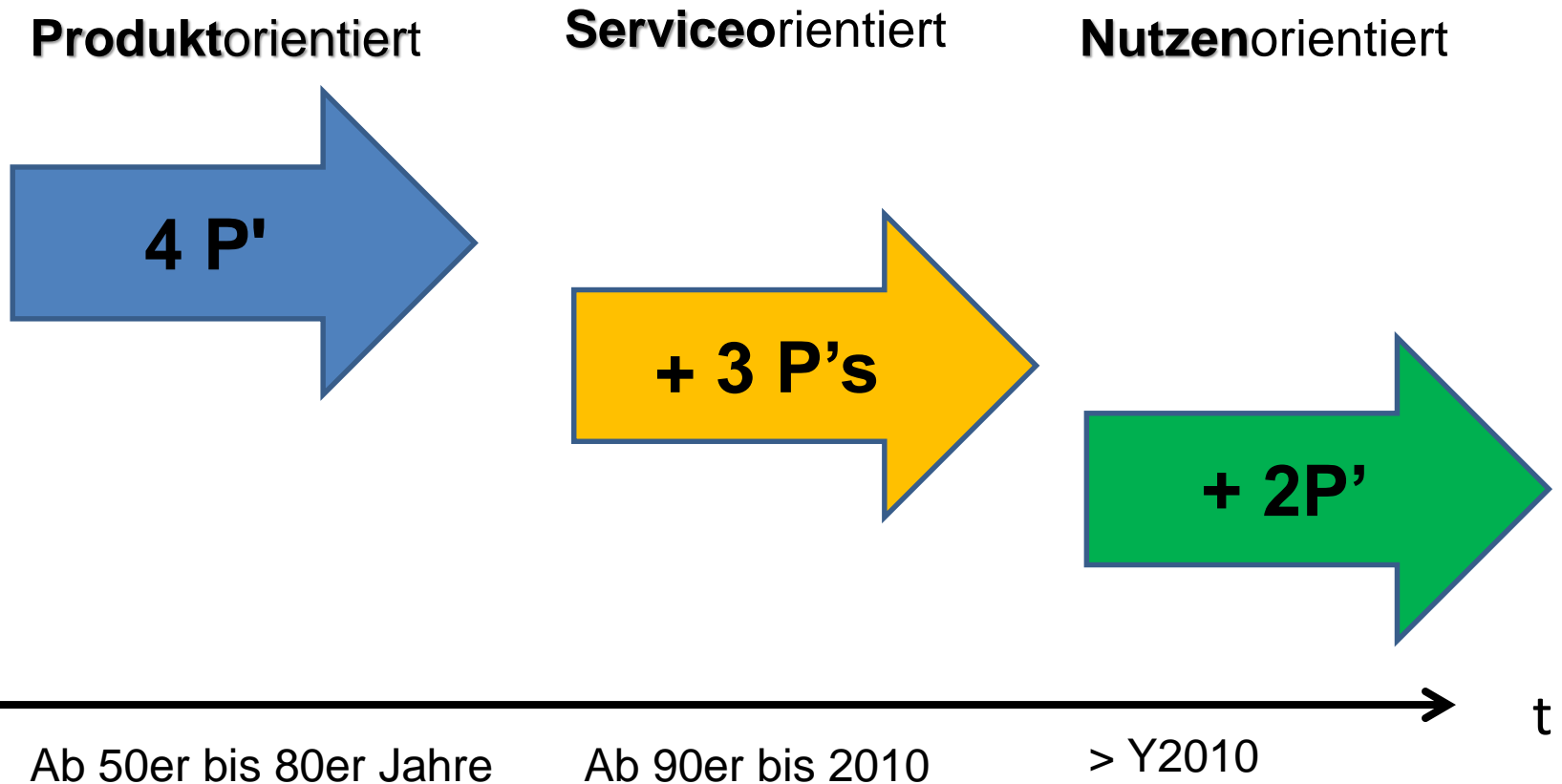
NEU: Ergänzende 2 P's

(Credo von Roniger&Partner)

Nutzenorientiert!

- **P**ower of Effectiveness:
Ressourcen Einsatz (Zeit und Geld),
Zielerreichung
- **P**ure Dedication: Herzblut, Engagement,
Involvierung Top Management

Halal-Marktanalyse für VAE



Halal-Marktanalyse für VAE

P	Beschrieb	Wichtigkeit für VAE
Product	Kundennutzen -> Swiss & Premium, Design, Verpackung, Marke (PV vs. HM), Deklaration, Sprache, <u>Halal!</u>	+++
Price	Kosten/Preis -> Ziel VKP am Regal, Listungsgebühren, A&P, Handelsmargen, top-down-cal, Zahlungsbedingungen, INCO-Term, Währung...	+
Place	Verfügbarkeit/Distribution -> Retail vs. Food Service; direkter oder indirekter Vertrieb, gekühlt oder ungekühlter Transport, Wahl Transportdienstleister...	++
Promotion	Kommunikation -> angemessene K-Massnahmen (Ressourcen?)	+
Physical Distribution	Logistik, physikalische Distribution im Handel -> Logistik, angestrebte physische Distribution...	+
Process	Bestellungsabwicklung, Dokumentfluss, -> Systeme (z.B. SAP), ISO, IFS...	++
People	Kultur, Sprache, Schlüsselpersonen vor Ort	+++
Power of Effectiveness	Ressourcen Einsatz (Zeit und Geld); Zielerreichung	+++
Pure Dedication	Herzblut, Engagement, Involvierung Top Management	+++

Halal-Marktanalyse für VAE

5. Empfehlung Vorgehensweise Markteintritt VAE

- **Stringenz mit Expansionsstrategie**
(Sinnhaftigkeit, Nutzen)
- **Langfristige Perspektive** (Ressourcen Thematik)
- **Step by step** Vorgehen (mit Ausstiegsszenario)
- Wichtig: **2 neue P's** (**P**ower of Effectiveness + **P**ure Dedication)

Halal-Marktanalyse für VAE

6. Pragmatisches und schrittweises Vorgehen

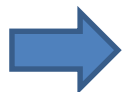
- | | | |
|--------------------------------|--|---------------|
| 1. Analyse |  | Milestone Y/N |
| 2. Evaluation Distribution |  | Milestone Y/N |
| 3. Vorbereitung |  | Milestone Y/N |
| 4. Einführung |  | Milestone Y/N |
| 5. Langfristige Zusammenarbeit |  | Milestone Y/N |



Halal-Marktanalyse für VAE

7. WRAP UP

- **Nutzendiskussion Markteintritt in VAE**
- **Product:** Kundennutzen -> Design, Verpackung, Marke (PV vs. HM), Halal!
- **People:** Kultur, Sprache, **Schlüsselpersonen vor Ort**
- **Power of Effectiveness:** Ressourcen Einsatz (Zeit und Geld)
- **Pure Dedication:** Herzblut, Engagement, Involvierung Top Management
- **Stringenz mit Expansionsstrategie** (Sinnhaftigkeit, Nutzen)
- **Langfristige Perspektive** (Ressourcen Thematik)
- **Step by step** Vorgehen (mit Ausstiegszenario)



Roniger&Partner can support you / talk to us!

Halal-Marktanalyse für VAE

8. Q&A



