

WAS ESSEN DIE CHINESEN GERN?

BEIJING, 30. OKTOBER 2017

Dr. Stefanie Schmitt
Chief Representative Trade Information
www.gtai.de



Wer sind wir?

Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing
der Bundesrepublik Deutschland

GTAI GERMANY
TRADE & INVEST



Gesellschafter



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



Was tun wir?



Wir vermarkten den Wirtschafts- und Technologiestandort Deutschland im Ausland.



Wir informieren und beraten ausländische Unternehmen bei der Ansiedlung in Deutschland.

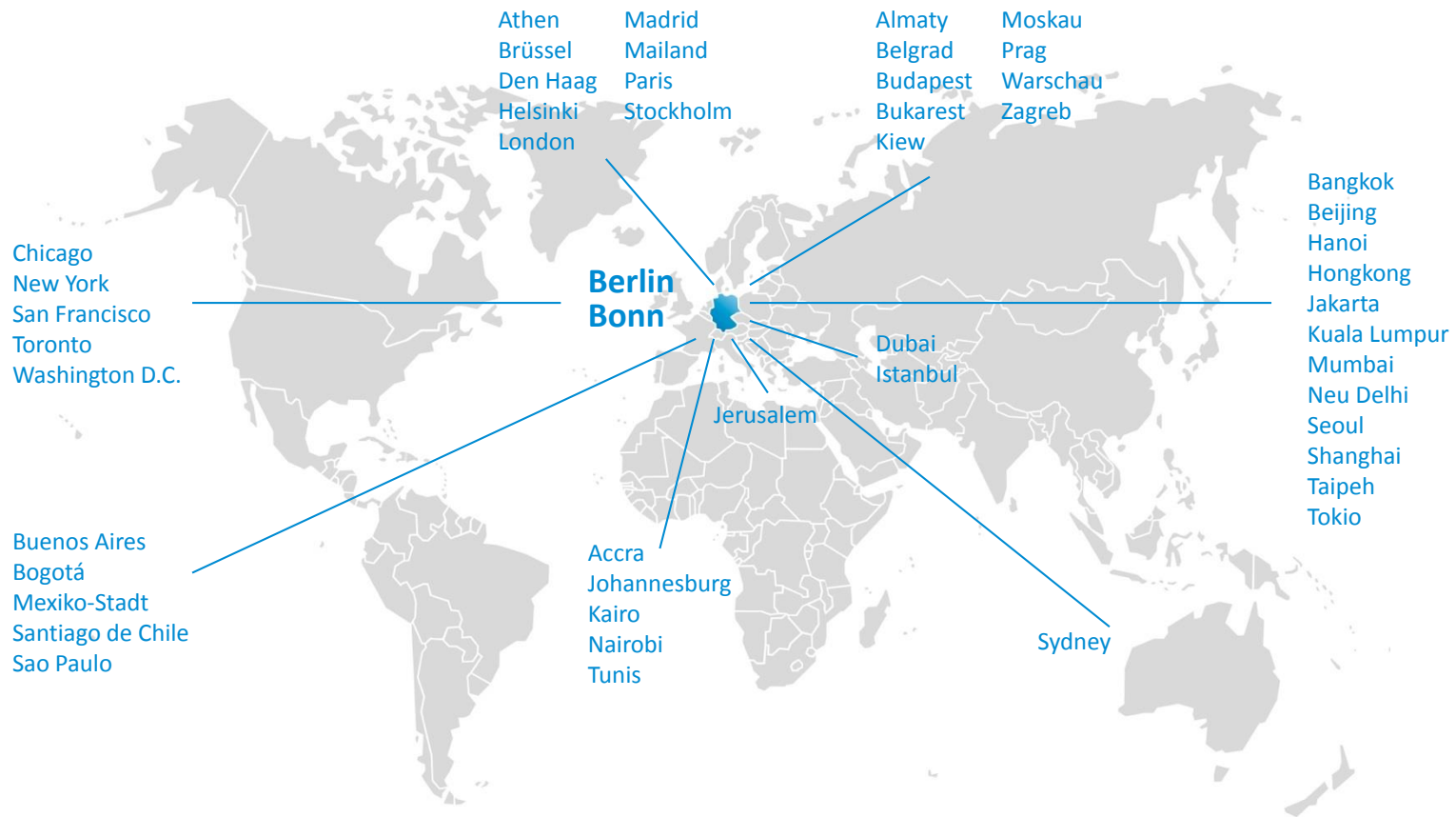


Wir fördern die wirtschaftliche Entwicklung der neuen Bundesländer einschließlich Berlins.



Wir sammeln relevante Informationen über Auslandsmärkte, bereiten diese auf und stellen sie deutschen Unternehmen zur Verfügung.

Wir sind für sie weltweit vor Ort, um sie kompetent zu unterstützen.



Was bringt das Partnernetzwerk?

Wir wissen, wer Ihnen helfen kann und bringen Sie mit den Akteuren der Außenwirtschaft in Kontakt.



Wichtigste Nachfragetrends

1. Die meisten Chinesen legen Wert auf gutes Essen - und sie geben dafür überdurchschnittlich viel Geld aus.

Ausgaben für Lebensmittel

Entwicklung der Lebensmittelausgaben in der VR China (In RMB; Veränderungen und Anteile in %)

	2013	2014	2015	2016
Verfügbares Pro-Kopf-Einkommen	18.311	20.167	21.966	23.821
Veränderung	-	+10,1	+8,9	+8,4
davon für Lebensmittel einschl. Rauchwaren	22,5	22,3	21,9	21,6

Quelle: NBS

Wichtigste Nachfragetrends

- 1. Die meisten Chinesen legen Wert auf gutes Essen - und sie geben dafür überdurchschnittlich viel Geld aus.**
- 2. Die meisten Chinesen essen nicht einfach „mehr“, sondern aus ihrer Sicht „höherwertiger“ oder teurer.**

Wichtigste Nachfragetrends

3. Die Chinesen kaufen mehr verarbeitete / verpackte Lebensmittel.

4. Die meisten Chinesen wünschen sich einen „Zusatznutzen“.

Wichtigste Nachfragetrends

5. Der Markt fächert sich zunehmend nach speziellen Kundengruppen auf.

6. Die einzelnen Sparten fächern sich immer mehr in „Untergeschmäcker“ auf.

Wichtigste Nachfragetrends

7. Lebensmittelsicherheit bleibt zentrales Thema; Bioprodukte haben es trotzdem schwer.

8. Erfolg hat letztlich nur das, was schmeckt.

Informationen unter

1. www.gtai.de

2. Alert-Newsletter