

YS Trade Partners

HAMBURG · GULF

Golf-Markteintritt-Blueprint — FMCG

Die sechs Entscheidungen, die darüber bestimmen, ob eine europäische Lebensmittel- oder FMCG-Marke im Golf ankommt — und in welcher Reihenfolge sie zu treffen sind.

1 · Erst Passung, dann Aufwand

Die meisten gescheiterten Golf-Launches haben nie gepasst. Bevor Sie Geld für Registrierung oder Reisen ausgeben, beantworten Sie vier Fragen: Wird die Kategorie in großem Umfang importiert (Lebensmittel, FMCG, Futtermittel, Geflügel & Fleisch: ja)? Beträgt die Haltbarkeit mindestens sechs Monate? Halten Sie mindestens eine anerkannte Zertifizierung (IFS, BRC, FSSC 22000, Halal, Bio)? Können Sie Paletten- bis Containermengen wiederkehrend liefern? Zwei „Nein“ bedeuten: Der Golf ist ein späteres Kapitel, nicht das nächste.

2 · Zuerst einen Markt wählen

Saudi-Arabien ist der Volumenmarkt mit dem strengsten Regulierer (SFDA). Die VAE sind das schnellste Listing- und Re-Export-Drehkreuz mit eigenem Konformitätsregime (MoIAT / ESMA). Beide parallel zu betreten verdoppelt den Papierkram und halbiert die Aufmerksamkeit. Wählen Sie einen Markt, beweisen Sie Abverkauf, dann erweitern Sie über dasselbe Distributorennetz nach Kuwait, Katar und Oman.

3 · Distributor, nicht Agent

Im Golf ist der Distributor der Markt: Importlizenz, Produktregistrierung auf seinen Namen, Handelsbeziehungen, Logistik und Inkasso. Die falsche Wahl kostet ein Jahr. Beurteilen Sie einen Distributor nach seinem bestehenden Portfolio (bedient er bereits Ihren Kanal?), seiner Handelsabdeckung (Modern Trade, HoReCa, Großhandel), seiner Bonität und — entscheidend — seiner Bereitschaft, Mengen schriftlich zuzusagen.

4 · Registrierung läuft parallel

Die Produktregistrierung (SFDA in KSA, Gemeinde und MoIAT in den VAE) ist Dokumentenarbeit: Zutatenliste, Nährwerttabelle, Halal-Zertifikat, Free-Sale-Zertifikat, arabisches Etikett. Nichts davon setzt einen unterschriebenen Distributor voraus. Beginnen Sie am Tag der Marktentscheidung. Sequenziell arbeitende Exporteure verlieren hier grundlos drei bis sechs Monate.

5 · Vom Regal rückwärts kalkulieren

Golf-Regalpreise sind sichtbar; rechnen Sie von dort zurück. Regalpreis → Händlermarge → Distributorenmarge → Zoll (typisch 5 % GCC) und Logistik → Ihr Landed Price → Ihr Ab-Werk-Preis. Geht die Rechnung nicht mit gesunder Distributorenmarge auf, rettet keine Beziehung das Listing.

6 · Die ersten 12 Monate zusagen

Das erste Listing wird mit Launch-Unterstützung erkaufte: Listungsgebühren, Promotions, Verkostungen, arabische Inhalte. Budgetieren Sie das ausdrücklich. Marken, die den Golf als „Container schicken und schauen“ behandeln, werden innerhalb von zwei Zyklen ausgelistet; Marken, die das erste Jahr finanzieren, wachsen ab Jahr zwei.

Ein schriftliches Ja oder Nein von einem echten Golf-Distributor?

Unser kostenloser 2-Minuten-Produktcheck sagt Ihnen, ob Ihr Produkt passt. Wenn ja, erhalten Sie für 500 € eine schriftliche Distributor-Entscheidung innerhalb von 14 Werktagen — Rückerstattung bei „Nein“.

PRODUKT PRÜFEN