

Ein besonderes Produkt wird in Deutschland immer beliebter – doch Aldi und Lidl sind noch skeptisch

dpa
© 20.11.2019, 07:22

FACEBOOK LINKEDIN TWITTER EMAIL PRINT



Noch bieten Discounter wie Aldi Süd Halal-Produkte nur an einzelnen Standorten an. Gettyimages

Mit weißer Schrift auf rotem Grund prangt der Name seit Jahresanfang auf dem Krefelder Eishockey-Stadion: Yayla Arena. Yayla ist ein Hersteller von Fleischprodukten, die gemäß islamischen Vorgaben hergestellt wurden, also „halal“ sind. Mit dem Erwerb der Namensrechte will das Unternehmen sichtbarer werden. „Wir sind bei Türkeistämmigen international bekannt, aber die Deutschen um die Ecke kannten uns nicht“, erklärt Yayla-Sprecherin Buket Ünal. „Das wollten wir ändern.“

Vor rund 20 Jahren brachte Yayla die türkische Knoblauchwurst Sucuk auf den deutschen Markt und vor gut zehn Jahren Halal-Wiener. Das Ziel des Herstellers: Im deutschen Supermarkt soll künftig ganz selbstverständlich auch die Halal-Wurst stehen.

Es ist kein kleiner Markt. Der Kölner Fleischproduzent Egetürk, nach eigenen Angaben Marktführer für Halal-Fleischprodukte in Deutschland, setzte 2017 rund 130,5 Millionen Euro um. Im Ranking der „Allgemeinen Fleischer Zeitung“ der Top-Unternehmen in der deutschen Fleisch- und Fleischwarenindustrie kommt das Unternehmen damit auf Platz 65 – ein Sprung nach vorn von 15 Plätzen binnen eines Jahres.

Auch deutsche Hersteller haben den Markt entdeckt. Deutschlands größter Fleischproduzent Tönnies bietet mittlerweile ebenso Produkte mit Halal-Zertifizierung an wie der Geflügelzüchter und -verarbeiter Wiesenhof. „Mit der Halal-Zertifizierung folgen wir – wie viele weitere Lebensmittelhersteller – dieser Nachfrage“, erklärt Wiesenhof auf seiner Internet-Seite.

Lest auch: In den USA hat Lidl ein anderes System an der Kasse

„Wer nicht in den Halal-Markt geht, geht unter“

Dennoch sind Halal-Produkte in Deutschland noch längst nicht allgegenwärtig. Aldi, Rewe, Lidl, Penny und Edeka bieten sie an einzelnen Standorten an. Aldi Süd beispielsweise testete Anfang Oktober Sucuk, die Knoblauchwurst nach türkischer Art, in ausgewählten Regionalgesellschaften. Die Wurst wurde halal-konform produziert und entsprechend gekennzeichnet. Die Supermarktketten Tegut und Globus erklärten dagegen auf Anfrage, dass sie keine Halal-Produkte im Sortiment anbieten.

Erschwert wird der Durchbruch wohl auch dadurch, dass die genaue Definition von halal umstritten ist. Halal bedeutet übersetzt eigentlich nur „erlaubt“ – Schwein etwa sei verboten, Rind und Geflügel seien erlaubt, erläutert die Theologin Asmaa El Maaroufi. Doch darüber hinaus gelte: „Es gibt nicht die Halal-Schlachtung, sondern Meinungsunterschiede und heterogene Auffassungen unter Muslimen“, berichtet El Marroufi.

Der Wirtschaftswissenschaftler und Chefredakteur des Fachmagazins „Halal-Welt“, Kemal Calik, ist dennoch überzeugt: „Wer nicht in den Halal-Markt geht, geht unter.“ Halal sei ein gutes Geschäft, das zeige sich an den vielen neuen Unternehmen, die sich auf Halal-Food spezialisierten und an der Halal-Messe, die im kommenden Jahr erstmals in Hannover stattfinden soll.

Auch Yayla spürt das wachsende Interesse an Halal-Produkten. Das Unternehmen entstand in den 1960er Jahren aus der Idee heraus, den türkischen Gastarbeitern die Sehnsucht nach dem Geschmack der Heimat zu stillen. Verkauft wurden die Produkte in türkischen Supermärkten. In klassischen deutschen Geschäften Fuß zu fassen, sei zunächst schwer gewesen. Doch inzwischen wachse das Interesse der Händler spürbar, berichtete Unternehmenssprecherin Ünal.

Außerdem befruchteten sich die Geschmackswelten längst gegenseitig, meint sie. Eines der erfolgreichsten Produkte von Yayla sei eigentlich gar kein Produkt mit türkischem Ursprung, sondern eine deutsche Fleischwurst, die mit türkischen Gewürzen verfeinert wurde. Oder wie Ünal es nennt: „Eine Fleischwurst mit türkischem Hintergrund.“