



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für frisches Obst und Gemüse in Spanien

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft / Februar 2020

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	3
Tabellenverzeichnis.....	4
Abbildungsverzeichnis.....	5
Abkürzungsverzeichnis.....	5
1. Zusammenfassung.....	6
2. Einleitung.....	8
3. Länderprofil Spanien.....	10
3.1 Politische Ausgangslage.....	13
3.2 Wirtschaft.....	14
4. Marktdaten.....	17
4.1 Verbrauchernachfrage.....	17
4.1.1 Häuslicher Verzehr.....	18
4.1.2 Außer-Haus-Verzehr.....	18
4.1.3 Bioprodukte.....	19
4.1.4 Verbraucherpreise.....	20
4.1.5 Verbrauchernachfrage und -verhalten Obst (frisch).....	25
4.1.6 Verbraucherverhalten nach Altersgruppen.....	27
4.1.7 Verbrauchernachfrage und -verhalten Gemüse (frisch).....	31
4.2 Angebotsgestaltung im Lebensmittelhandel.....	35
4.3 Eigenproduktion.....	36
4.3.1 Obst.....	38
4.3.2 Gemüse und Kartoffeln.....	39
5. Einfuhr.....	40
5.1 Mengen und Werte der wichtigsten Lieferländer (EU) und Produkte.....	43
5.1.1 Obst.....	43
5.1.2 Gemüse.....	45
5.1.3 Position Deutschlands als Lieferland.....	47
5.1.4. Logistik.....	48
5.2 Gesetzliche Regelungen zur Einfuhr.....	50
5.3 Warenpräsentation und -auszeichnung.....	50
5.4 Vertriebswege.....	51
5.4.1 Erzeuger.....	51
5.4.2 „Obst- und Gemüsezentralen“ (Centrales Hortofrutícolas).....	52
5.4.3 Einkaufszentralen (Centrales de Compra).....	52
5.4.4 Obst- und Gemüsegroßhandel (Mayoristas en Destino).....	52
5.4.5 Obst- und Gemüseeinzelhandel (Detallistas).....	52
6. Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit.....	55

6.1 Rechtlicher Rahmen	55
6.2 Private Qualitätssicherung	57
6.2.1 GLOBALG.A.P.	57
6.2.2 QS	57
6.3 Zertifizierungen im Bereich Bio	58
7. Handlungsempfehlungen zur Belieferung des spanischen Marktes.....	60
8. Erfolgsfaktoren, Marktzugangshindernisse und Erfahrungen deutscher Lieferanten auf dem spanischen Markt.....	62
9. Messen, Verbände, Fachzeitschriften.....	64
9.1 Messen	64
9.2 Verbände.....	64
9.3 Fachzeitschriften.....	65
10. Literaturverzeichnis.....	67
11. Glossar.....	73

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Spanien im statistischen Vergleich	10
Tabelle 2: Basisdaten der spanischen Autonomen	12
Tabelle 3: Verbraucherpreise von Obst in Spanien (47.-49. Kalenderwoche 2019) in Euro... 21	
Tabelle 4: Verbraucherpreise von Gemüse in Spanien (47.-49. Kalenderwoche 2019) in Euro	22
Tabelle 5: Verbraucherpreise von Bio-Obst in Spanien (47.-49. Kalenderwoche 2019) in Euro	23
Tabelle 6: Verbraucherpreise von Bio-Gemüse in Spanien (47.-49. Kalenderwoche 2019) in Euro	24
Tabelle 7: Pro-Kopf-Verbrauch von Frischobst.....	26
Tabelle 8: Entwicklung der Apfelproduktion nach Sorten.....	27
Tabelle 9: Wichtigste Apfel-Anbaugebiete Spaniens mit den darauf entfallenden Apfelsorten (in t im Jahr 2018)	29
Tabelle 10: Die zehn wichtigsten Apfelproduzenten Spaniens in den Jahren 2017/2018	30
Tabelle 11: Die sechs wichtigsten europäischen Apfelproduzenten für den spanischen Markt	31
Tabelle 12: Entwicklung der Verteilung von Gemüsearten 2018 vs. 2017	33
Tabelle 13: Spanische Produktion der wichtigsten Obstarten (in Tsd. t).....	38
Tabelle 14: Spanische Produktion der wichtigsten Gemüse- und Knollenarten (in Tsd. t)	39
Tabelle 15: Obstimporte aufgeteilt nach Obstarten.....	40
Tabelle 16: Gemüseimporte aufgeteilt nach Gemüsearten.....	42
Tabelle 17: Haupteinfuhrländer nach Obstarten	44

Tabelle 18: Haupteinfuhrländer nach Gemüsearten.....	46
Tabelle 19: Transportkosten Kartoffeln	49
Tabelle 20: Transportkosten Äpfel.....	49
Tabelle 21: Verteilung der Hyper- und Supermärkte in Spanien.....	53
Tabelle 22: Systemkette Obst, Gemüse, Kartoffeln (Lieferberechtigte Betriebe)	58

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Obst: Verteilung der Distribution auf die einzelnen Kanäle und Entwicklung der Distribution in Prozent (2018 vs. 2017).....	26
Abbildung 2: Verteilung der Gemüsearten nach Wert.....	32
Abbildung 3: Verteilung der Gemüsearten nach Gewicht	33
Abbildung 4: Gemüse: Verteilung der Distribution auf die einzelnen Kanäle und Entwicklung der Distribution in Prozent (2018 vs. 2017).....	34
Abbildung 5: Muster in Spanien gängiger Etikettierungen.....	51
Abbildung 6: Problem- und Erfolgsfaktoren auf dem spanischen Markt	62

Abkürzungsverzeichnis

g	Gramm
ha	Hektar
inkl.	inklusive
k. A.	keine Angabe
kg	Kilogramm
l	Liter
m. a. W.	mit anderen Worten
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
Stck.	Stück(e)
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
u. a.	unter anderem
vs.	versus
z. B.	zum Beispiel

1. Zusammenfassung

Spanien wird gelegentlich als „Obst- und Gemüsegarten Europas“ bezeichnet. Tatsächlich ist das Land in Europa der wichtigste Exporteur dieser Erzeugnisse und steht im weltweiten Vergleich auf dem fünften Rang.

Ein Blick auf den Warenaustausch mit Deutschland zeigt dementsprechend ein deutliches Übergewicht spanischer Lieferungen von Obst und Gemüse nach Deutschland, dem wichtigsten Abnehmerland. Im Jahr 2018 beliefen sie sich auf 3,4 Mrd. €. Diesen standen Ausfuhren deutscher Erzeuger im Umfang von 17,2 Mio. € gegenüber.

Spanien hat die tiefgreifende Wirtschaftskrise der Jahre 2008 bis 2015 überwunden, wenn sich auch das nach wie vor deutlich über dem europäischen Durchschnitt liegende Wirtschaftswachstum abschwächt. Spanien liegt mit einer Einwohnerzahl von fast 47 Mio. im europäischen Vergleich an fünfter Stelle. Die Kaufkraft hat sich seit Ende der Krise erholt, die Sensibilität für gesunde Ernährung, auch in Hinsicht auf ökologische Produkte, wächst, wenn auch zögerlich.

Vor diesem Hintergrund hat die Prüfung der Situation und der Potenziale deutscher Erzeuger von frischem Obst und Gemüse dem spanischen Markt folgende Ergebnisse gebracht:

Deutschland spielt als Lieferant dieser Erzeugnisse in Spanien derzeit keine führende Rolle. Im Bereich „Obst“ rangiert Deutschland nur mit solchen Produkten unter den ersten drei Lieferländern, bei denen es sich offensichtlich um Handelsware aus Drittländern handelt (Kaki und Feigen). Bei frischem Gemüse liegt eine ähnliche Vermutung nahe, zumal in der Statistik Produkte wie Gurken, Spargel, Paprika und Auberginen auftauchen.

Gleichzeitig fällt auf, dass es Ländern wie Frankreich, den Niederlanden und Belgien gelungen ist, bei einer größeren Zahl von Erzeugnissen des Obst- und Gemüseanbaus eine starke Marktposition in Spanien zu erringen. Hier spielen offensichtlich die längere Tradition und intensive Pflege von Lieferbeziehungen, die Entwicklung regionaler Marken und Herkunftsbezeichnungen sowie geringere Transportkosten und eine weniger komplizierte Kommunikation eine Rolle.

Eine weitergehende Prüfung der Lieferbeziehungen zeigt jedoch, dass deutsche Erzeuger von Äpfeln und Kartoffeln in der Lage sein sollten, ihren Anteil am spanischen Markt zu erhöhen. Dasselbe gilt, wenn auch in geringem Umfang, für eine Reihe von Beerenfrüchten und Gemüsesorten, die bereits auf der Lieferantenliste spanischer Großhändler stehen.

1. Zusammenfassung

Zu den Handlungsempfehlungen zum Ausbau dieser Positionen gehören die eingehende Prüfung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit, der Ausbau, die intensivere Pflege und Positionierung von Marken und Herkunftsbezeichnungen. Ein besonderes Augenmerk sollte dem Absatzkanal „Großhändler“ gewidmet werden.

Schließlich sollte auch die Entwicklung der Position Großbritanniens als Lieferant im spanischen Markt im Auge behalten werden. Es ist denkbar, dass sich mit einem Austritt des Landes aus der Europäischen Union die Wettbewerbsposition deutscher Anbieter bei einer Reihe von Produkten verbessert.

2. Einleitung

Die vorliegende „Marktstudie Spanien – Frisches Obst und Gemüse“ wurde im Auftrag der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) erstellt. Die der Marktstudie zugrundeliegenden Daten wurden im Zeitraum September bis Dezember 2019 erhoben. Ziel der Marktstudie ist es, den deutschen kleinen und mittelständischen Unternehmen umfassende Informationen zur Exportsituation und zum Marktzugang in Spanien zur Verfügung zu stellen.

Es wurden Daten der Statistischen Ämter Spaniens und Deutschlands ausgewertet, ebenso Fachzeitschriften und Marktberichte spanischer Marktforschungsinstitute und Branchenverbände. Insbesondere wurden bei Großmärkten und verschiedenen Einzelhandelsunternehmen direkt Informationen zu Preisen und Margen eingeholt und in Gesprächen mit Marktakteuren die Sekundärquellen überprüft.

Spanien ist ein potenziell interessanter Exportzielmarkt für die deutsche Obst- und Gemüsebranche. Dabei fehlen den deutschen Obst- und Gemüseerzeugern Grundinformationen für ihre Handlungsentscheidungen. Diese soll die Studie transparent aufzeigen und Handlungsempfehlungen zur (saisonalen) Belieferung des spanischen Marktes liefern.

Hierbei sollen auch Qualitätsanforderungen und Qualitätssicherungssysteme dargestellt werden, um den deutschen Exporteuren das Rüstzeug zu vermitteln, stärker als bisher in den spanischen Markt liefern zu können.

Die Studie beginnt mit einem Länderprofil Spaniens, in dem die Basisdaten zur politischen Lage und zur Wirtschaft angesprochen werden.

Das Kapitel „Marktdaten“ enthält eine Darstellung der Verbrauchernachfrage und des Verbraucherverhaltens. Auf der Grundlage einer aktuellen Erhebung im Lebensmittel-einzelhandel wird es eine Übersicht über Verbraucherpreise für Obst und Gemüse bei den wichtigsten Einzelhandelsformaten bis Ende 2019 geben.

Des Weiteren werden die Einfuhrsituation und insbesondere die Position Deutschlands als Lieferland beschrieben, ergänzt durch Informationen zum Einfuhrverfahren und zu den Vertriebswegen.

Das Thema „Qualitätssicherung“ wird mit seinen Anforderungen und Systemen sowie Zertifizierungen dargestellt.

2. Einleitung

Die Marktstudie enthält als Ergebnis der Arbeit Handlungsempfehlungen zur Belieferung des spanischen Marktes unter den Gesichtspunkten „Erfolgsfaktoren“ und „Erfahrungen deutscher Unternehmen im spanischen Markt“.

Abschließend werden die zusätzlichen Informationsquellen Messen, Verbände und Fachzeitschriften dargestellt.

3. Länderprofil Spanien

Die Staatsform Spaniens ist seit dem Tod Francisco Francos 1975 und der spanischen Verfassung von 1978 eine konstitutionelle Erbmonarchie mit einer parlamentarischen Demokratie als Regierungsform.

Das Königreich Spanien zählte zuletzt 46,93 Millionen Einwohner. Damit liegt Spanien nach der Bevölkerungszahl auf Platz 5 der europäischen Staaten nach Deutschland, dem Vereinigten Königreich, Frankreich und Italien. Zudem ist es nach Frankreich das flächenmäßig zweitgrößte Land in der Europäischen Union.

Tabelle 1: Spanien im statistischen Vergleich

	Spanien	Deutschland	EU-28
Allgemein			
Fläche in km ²	505.944	357.386	4.324.782
Demographie			
Bevölkerung (01.07.2018)	46,7 Mio.	82,9 Mio.	512,4 Mio.
Bevölkerung über 65 Jahre (01.07.2018)	9,0 Mio.	17,5 Mio.	100,9 Mio.
Bevölkerungsanteil über 65 Jahre	19 %	21 %	19,7 %
Median-Alter	43,35	44,25	43,10
Wirtschaft			
BIP (2018)	1,2 Mrd. €	3,3 Mrd. €	15,8 Mrd. €
BIP pro Kopf (2018)	25.900,00 €	40.800,00 €	30.900,00 €
BIP-Wachstum (2018)	2,40%	1,40%	2,00%
Arbeitslosigkeit (01.04.2019)	13,80%	3,20%	6,80%
Staatsverschuldung % BIP (2018)	97,10%	60,90%	80,10%

Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben von Instituto Nacional de Estadística (2019), Statistisches Bundesamt (2019) und Statistisches Amt der Europäischen Union-Eurostat (2019)

3. Länderprofil Spanien

In der spanischen Verfassung wird das Recht auf Autonomie der Nationalitäten und Regionen sowie die Solidarität zwischen ihnen anerkannt und garantiert. Spanien ist in 17 autonome Regionen (verfassungsrechtlicher Terminus: „Comunidad Autónoma“/nachfolgend übersetzt als: „Autonome Gemeinschaft“; entfernt vergleichbar mit den deutschen Bundesländern), 50 Provinzen und 8.117 Gemeinden unterteilt. Daneben bestehen zwei autonome Städte (Exklaven), Ceuta und Melilla in Nordafrika.

3. Länderprofil Spanien

Tabelle 2: Basisdaten der spanischen Autonomien

Autonome Gemein- schaft	Bevölkerung	BIP pro Kopf in Euro 2017	%-Anteil Spaniens	Veränderung ggü. Vorjahr	Durchschnitts- alter
Total Spa- nien	46.722.980	25.854	100,00 %	3,2%	43,18
Andalusien	8.384.408	19.132	74,0 %	3,1 %	41,56
Katalonien	7.600.065	30.769	119,0 %	2,3 %	42,72
Madrid	6.578.079	34.916	135,1 %	3,2 %	42,17
Valencia	4.963.703	22.659	87,6 %	2,8 %	43,16
Galizien	2.701.743	23.294	90,1 %	4,0 %	47,00
Kastilien und León	2.409.164	24.397	94,4 %	4,1 %	47,26
Baskenland	2.199.088	34.079	131,8 %	3,4 %	45,27
Kanaren	2.127.685	21.031	81,3 %	2,2 %	42,19
Kastilien- La Mancha	2.026.807	20.645	79,9 %	4,2 %	42,84
Murcia	1.478.509	21.134	81,7 %	2,4 %	40,34
Aragón	1.308.728	28.640	110,8 %	3,6 %	44,70
Balearen	1.128.908	26.764	103,5 %	1,8 %	41,32
Extremadura	1.072.863	18.174	70,3 %	3,5 %	44,03
Asturias	1.028.244	23.087	89,3 %	3,8 %	48,02
Navarra	647.554	31.809	123,0 %	3,1 %	43,17
Kantabrien	580.229	23.817	92,1 %	4,9 %	45,31
La Rioja	315.675	26.833	103,8 %	2,4 %	44,29
Melilla	86.384	18.482	71,5 %	2,6 %	35,22
Ceuta	85.144	20.032	77,5 %	2,4 %	37,19

Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben von Instituto Nacional de Estadística (2019)

3. Länderprofil Spanien

Die Autonomen Gemeinschaften besitzen einen hohen Grad an Selbständigkeit, der durch die jeweiligen Autonomiestatuten (Staatsverträge zwischen der Zentralregierung und den Autonomen) zur Regelung von Organisation, Funktion und Kompetenzen im Einzelnen ausgestaltet ist.

Diese staatliche Gliederung hat für das vorliegende Thema eine besondere Bedeutung, nachdem die spanische Verfassung in ihrem Artikel 148, Ziffer 7, den Bereich „Landwirtschaft und Viehzucht“ (neben 21 weiteren Bereichen) der Zuständigkeit der Autonomen Gemeinschaften zuweist. Dies hat u. a. zur Folge, dass die praktische Umsetzung und Kontrolle der Qualitätssicherungssysteme spanienweit nicht einheitlich geregelt ist, sondern teils deutlich unterschiedlichen Regelungen und Zuständigkeiten in den einzelnen Autonomen Gemeinschaften unterliegt.

3.1 Politische Ausgangslage

Die politische Situation in Spanien, sowohl auf der Ebene der Zentralregierung als auch auf der der Autonomen Gemeinschaften und Kommunen, hat wegen der jeweiligen Gewichtung ernährungspolitischer Ziele für die vorliegende Darstellung ebenfalls Bedeutung.

Am 1. Juni 2018 hat auf der Grundlage eines von der linkspopulistischen Parteiengruppierung Unidas Podemos und nationalistischen Splitterparteien unterstützten konstruktiven Misstrauensvotums gegenüber der bis dahin regierenden Partido Popular (PP) eine Minderheitsregierung der Sozialistischen Partei Partido Socialista Obrero Español (PSOE) unter dem Ministerpräsidenten Pedro Sanchez die Regierungsverantwortung in Spanien übernommen.

Auch nach zwei Wahlen am 28. April 2019 und 20. November 2019 ist es aufgrund unklarer Mehrheitsverhältnisse im spanischen Parlament nicht zur Wahl Pedro Sanchez' zum Ministerpräsidenten und damit erneut nicht zu einer Regierungsbildung gekommen. Anfang Dezember 2019 zeichnete sich eine Koalitionsregierung zwischen PSOE und Unidas Podemos ab, mit Unterstützung der nationalen Splitterparteien in Katalonien und anderen Landesteilen.

Vorbehaltlich der derzeit noch offenen Frage der endgültigen politischen Prioritäten einer neuen Regierung dürfte die Annahme vertretbar sein, dass der zukünftige Staatshaushalt der neuen Regierung erneut expansiv angelegt sein wird. Bestätigt wird dies durch die Inhalte der im Frühjahr 2019 vorgelegten Aktualisierung des Stabilitätsprogramms 2019 bis 2022.¹

Ausgangspunkt ist die Überzeugung der Regierung, dass die strukturellen Probleme der spanischen Wirtschaft (hohe Verschuldung, permanentes Außenhandelsdefizit, instabiler Ar-

¹ Ministerio de Economía y Empresa (2019): Actualización del programa de estabilidad 2019. www.mineco.gob.es

3. Länderprofil Spanien

beitsmarkt, Ungleichgewichte bei Einkommen und Vermögen zwischen Regionen und Altersgruppen) auf wirtschaftspolitischen Fehlern der Vorgängerregierungen beruhen (Rücknahme öffentlicher Ausgaben, Steuersenkungen, blindes Vertrauen auf Regulierungskräfte des Marktes).

Darüber hinaus wird die Notwendigkeit der Haushaltskonsolidierung (Staatsverschuldung März 2019: 98,7 % des BIP) erkannt. Die hierfür notwendigen Maßnahmen werden jedoch nicht in der weiteren Einschränkung öffentlicher Ausgaben und genereller Steuersenkungen gesehen. Stattdessen wird u. a. eine Restrukturierung des Steuersystems ins Auge gefasst.

In Spanien belaufen sich die Fiskaleinnahmen auf 38 % des BIP, im Vergleich zu 46 % der Eurozone. Vorgesehen sind deshalb eine stärkere Belastung höherer Einkommen (höhere Personenbesteuerung ab 140.000 € steuerpflichtiges Einkommen jährlich), Besteuerung finanzieller Transaktionen und digitaler Plattformen (in Absprache mit den EU-Partnern) sowie durchgreifende Maßnahmen gegen Steuerhinterziehung.

Die starke Orientierung des Haushalts auf erwartete Einnahmeerhöhungen stößt allerdings auf Bedenken. Nicht zu übersehen ist auch der als Ergebnis der hohen öffentlichen Verschuldung beschränkte Spielraum bei der Umsetzung sozialpolitischer Ziele durch Zuweisungen zusätzlicher Mittel an die Autonomen.

Zu den großen Herausforderungen der spanischen Zentralregierung gehört seit einigen Jahren die Bewältigung des innerstaatlichen Konflikts zum Thema „Unabhängigkeitsbestrebungen in Katalonien“. Dieser Konflikt hat auch Konsequenzen für die Unternehmenslandschaft in Katalonien. So haben in den letzten zweieinhalb Jahren ca. 3.000 Unternehmen ihren (gesellschaftsrechtlichen) Sitz aus Katalonien abgezogen. Dies hatte allerdings bisher kaum wirtschaftlich messbare Auswirkungen. Das katalanische Inlandsprodukt nahm 2017 und 2018 um 3,2 bzw. 2,3 % zu, etwa in Höhe des gesamtspanischen, das um 2,9 bzw. 2,4 % wuchs.²

Nicht zu leugnen sind jedoch die Spaltung der katalanischen Gesellschaft, der Mangel an politischen Lösungsrezepten und das Potential für weitergehende Auseinandersetzungen mit Auswirkungen auf die politische und wirtschaftliche Stabilität des gesamten Landes.

3.2 Wirtschaft

Die spanische Wirtschaft befindet sich aktuell am Ende einer Stabilisierungsphase nach der tiefgreifenden Wirtschaftskrise von 2008 bis 2015. In den Jahren zwischen 1995 und 2007 war Spanien durch boomartige Entwicklungen auf dem Immobilienmarkt und auch im priva-

² Expansión (2007): Datosmacro. PIB de España - Producto Interior Bruto. www.datosmacro.expansion.com

3. Länderprofil Spanien

ten Konsum gekennzeichnet. Verstärkt durch die internationale Wirtschafts- und Finanzkrise von 2008 erlebte Spanien einen tiefgreifenden Einbruch dieser Entwicklung.

Die wesentlichen Merkmale der spanischen Wirtschaftskrise ab 2008 waren:

- im Jahr 2009 Rückgang des Bruttoinlandsprodukts um 3,7 %, ³
- Rückgang der Binnennachfrage um 6,4 %, ⁴
- im Jahr 2012 Erhöhung der Arbeitslosenrate auf 25,77 %, ⁵
- Rückgang des Tourismus auf 52 Millionen Besucher in den Jahren 2008/2009.

Die aktuelle Situation und die kurzfristigen Perspektiven der spanischen Wirtschaft lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Spaniens Wirtschaft verzeichnet nach drei Jahren starker Expansion nach Ende der Krise 2015 einen deutlichen Wachstumsrückgang des Bruttoinlandsprodukts auf 2,0 % im Jahr 2019. Die aktuelle Prognose der führenden Wirtschaftsforschungsinstitute von Ende November 2019 rechnet für das kommende Jahr mit einer Abschwächung auf 1,6 %. ⁶
- Die dominanten Wachstumsfaktoren sind weiterhin die Binnennachfrage sowie Investitionen in Ausrüstungen und Bauten.
- Beim Thema „öffentliche Verschuldung“ als chronischem Problem der spanischen Wirtschaft liegen die Voraussagen der spanischen Regierung und der Diagnosedienste deutlich auseinander; während das Stabilitätsprogramm der Regierung für Ende 2021 einen Wert von unter 90 % des BIP anvisiert, rechnen die Diagnosedienste mit einem Wert von 94,5 %. ⁷
- Die Arbeitslosenziffer (Höchstrate im 1. Trimester 2013: 26,9 %) ist zwar weiterhin rückläufig, jedoch derzeit noch inakzeptabel hoch (13,9 %). ⁸ Immerhin rechnet die spanische Zentralbank in ihrer jüngsten Prognose mit einem weiteren Rückgang auf 12,8 % bis Ende 2021. ⁹
- Die Qualität und Nachhaltigkeit neu geschaffener Arbeitsplätze ist gering. Von den im Frühjahr 2019 abgeschlossenen Arbeitsverträgen waren lediglich knapp 20 % zeitlich nicht befristet. ¹⁰
- Das starke frühere und noch akzeptable derzeitige Wachstum beruht(e) zum guten Teil auf externen Faktoren (expansive Geldpolitik der BCE, niedrige Preise für Erdöl und Rohstoffe). Diese Parameter sind für die Zukunft nicht garantiert, eher zweifelhaft.
- Unsicherheit bringt zusätzlich die wirtschaftliche Entwicklung bei wichtigen Handelspartnern (Italien, Großbritannien) sowie die Handelspolitik der USA.

³ Instituto Nacional de Estadística (2019): Producto Interior Bruto (PIB). Crecimiento en volumen. www.ine.es

⁴ Instituto Nacional de Estadística (2009): Notas de Prensa. www.ine.es

⁵ Instituto Nacional de Estadística (2019): Encuesta de población activa. www.ine.es

⁶ Banco de España (2019): Eurosistema. Nota informativa. www.bde.es

⁷ Expansión (2019): La deuda pública marca un nuevo récord con 1,2 billones de euros hasta marzo. www.datosmacro.expansion.com

⁸ Expansión (2019): Datosmacro. Desempleo en España. www.datosmacro.expansion.com

⁹ Banco de España (2019): a. a. O.

¹⁰ Diario jurídico (2019): Más del 50% de los contratos temporales en España son por seis meses de duración o menos. www.diariojuridico.com

3. Länderprofil Spanien

- Der Ausbruch der COVID-19-Krise hat die spanische Gesellschaft und Wirtschaft sehr hart getroffen, seriöse Prognosen zur kurz- und mittelfristigen Wirtschaftsentwicklung sind zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie nicht möglich. Positive Stimmen setzen auf eine leichte Erholung im zweiten Halbjahr 2020 und eine gänzliche Genesung im Jahr 2021, negative Schätzungen prognostizieren einen Einbruch des BIPs um 10% im Jahr 2020 mit einem Anstieg der Arbeitslosigkeit auf über 30%.

4. Marktdaten

4.1 Verbrauchernachfrage

Die nachfolgenden Angaben der Abschnitte 4.1 bis 4.1.3 beruhen auf einer Panel-Erhebung unter 8.500 Verbrauchern, Personen mit Wohnsitz in Spanien, womit das Verbrauchersegment „Touristen“ (2018: 82,8 Mio. Personen mit mindestens einer Übernachtung) nicht erfasst wird. Ausgangspunkt sind Feststellungen zu demografischen Daten und zu der Entwicklung der Sozialstruktur (Haushalte).^{11,12}

Seit 2011 ist die Bevölkerung Spaniens mit einem Rückgang von 0,18 % von 47,8 Mio. Personen auf 46,9 Mio. Personen am 1. Januar 2019 nahezu gleich geblieben. Der Rückgang der Geburtenrate ist durch Zuwanderungsgewinne in etwa ausgeglichen worden. Im Gegensatz hierzu ist die Zahl der Haushalte von 18,1 Mio. auf 18,5 Mio. gestiegen, verursacht durch eine Verringerung der Zahl der Personen pro Haushalt (Trennungen bzw. Scheidungen von Ehepartnern). Bis 2033 wird eine weitere Erhöhung auf 20,3 Mio. Haushalte vorausgesagt.^{13,14}

Diese Entwicklung schlägt sich naturgemäß im Kaufverhalten insgesamt nieder (geringerer Umfang pro individuellem Einkauf, Änderungen in der Zusammenstellung des Menüs, Vereinfachung, stärkeres Interesse an Ready-/Convenience-Angeboten). Gleichzeitig lässt sie den Schluss zu, dass der Verbrauch an Nahrungsmitteln insgesamt nicht zunehmen wird.

Im Jahre 2018 haben Spaniens Einwohner im Durchschnitt 767,87 kg/l an Nahrungsmitteln bzw. Getränken verzehrt. Das entspricht einem Gesamtwert von 103,1 Mrd. € und damit einem Pro-Kopf-Durchschnittswert von 2.562,28 €.

Der häusliche Verzehr von Speisen und Getränken nimmt, bezogen auf das Volumen, mit 86,1 % eine deutliche Vorrangstellung ein. Bezogen auf den Wert, wird diese allerdings stark relativiert: Der Außer-Haus-Verzehr an Speisen und Getränken beläuft sich inzwischen auf 33,5 % der Gesamtausgaben.

Für den Bereich Obst und Gemüse wird der tägliche Verbrauch für Speisen mit 1,5 Rationen, für Getränke mit 1,3 Rationen angegeben. Damit bleibt der Verbrauch weit hinter dem von Wissenschaft und Ernährungsexperten empfohlenen Wert von fünf Rationen täglich zurück. Kinder und Jugendliche liegen mit einem Konsum von 241 bzw. 220 g pro Person und Tag noch darunter.¹⁵

¹¹ Mercasa (2019): Alimentación en España 2019 – Producción, Industria, Distribución Consumo. www.issuu.com

¹² Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019): Informe del Consumo Alimentario en España 2018. www.mapa.gob.es

¹³ Instituto Nacional de Estadística (2019): Hogares según su composición. Año 2018. www.ine.es

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística (2018): Número de hogares proyectados según su tamaño. Año 2033. www.ine.es

¹⁵ Fundación Española de la Nutrición (2018): Frutas y Hortalizas. Nutrición y Salud en la España del S. XXI.2018. www.fen.org.es

4. Marktdaten

Insgesamt verzeichnet Spanien einen chronischen Rückgang im Verbrauch von Obst und Gemüse nach Volumen, zuletzt im Jahr 2017 um 3,5 %. Aufgrund des gleichzeitigen Anstiegs der Preise lag der wertmäßige Rückgang lediglich bei 0,9 %. Diese Entwicklung setzte sich im Jahr 2018 fort, in dem bis August das Volumen um 1,5 % zurückging, aber eine Erhöhung im Wert von 2,4 % zu verzeichnen war.¹⁶

4.1.1 Häuslicher Verzehr

Gegenüber dem Vorjahr sind die Ausgaben in spanischen Haushalten um 1,6 % auf 68.538 Mrd. € gestiegen. Bei einem Rückgang des Volumens um 0,2 % auf 28,8 Mrd. kg ist dieses Ergebnis auf entsprechende Preiserhöhungen zurückzuführen.

In der Produktpalette stehen Obst mit 90,5 kg/pro Person/Jahr (Deutschland: 69,5)¹⁷, Gemüse mit 85,1 kg/pro Person/Jahr (Deutschland: 103,2)¹⁸, und Milch mit 69,8 kg/Person/Jahr im Vordergrund. Frische Nahrungsmittel nehmen hiervon 39,5 % (Volumen) bzw. 42,9 % (Wert) ein.

Nach Produkttyp fällt der Zuwachs bei Fertiggerichten (6,5 %) und Trockenfrüchten (5,1 %) ins Auge. Das für die spanische Küche charakteristische Olivenöl verzeichnete ebenfalls mit 3,9 % einen deutlichen Zuwachs. Andererseits waren 2018 leichte Einbußen bei Fleisch, Frisch- und Gefrierfisch, Meeresfrüchten sowie bei Zucker und Brot zu verzeichnen.

Bei den Einkaufsformaten werden die Supermärkte bevorzugt. 47,2 % der Einwohner Spaniens wickeln ihre Einkäufe von Lebensmitteln überwiegend dort ab, sowohl was frische Produkte als auch was die restlichen Nahrungsmittel betrifft. An zweiter Stelle folgen Discounter, 12,9 %, mit nur minimalem Wachstum (0,4 %) gegenüber dem Vorjahr. Bemerkenswert hierbei ist allerdings, dass dort der Verkauf von Frischprodukten überdurchschnittlich um 2,8 % gestiegen ist. Der traditionelle Lebensmitteleinzelhandel (TEH) steht für einen Anteil von 12,9 % der Einkäufe und musste einen Rückgang um 5,4 % hinnehmen.

4.1.2 Außer-Haus-Verzehr

Für das Jahr 2018 werden die Ausgaben im Außer-Haus-Verzehr auf 34,5 Mio. € angesetzt, was einer Pro-Kopf-Ausgabe von 1.092,2 € entspricht, die sich im Verhältnis von 60 % zu 40 % auf Speisen bzw. Getränke verteilt.

Unter den verschiedenen Arten von Nahrungsmitteln rangiert Gemüse mit ca. 24 % nach Brot und Fleisch an dritter Stelle der Rangliste von Produktgruppen des Außer-Haus-Verzehrs.

¹⁶ Kantar (2018): Tendencias en la distribución 2018. www.kantarworldpanel.com

¹⁷ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2018): Pro-Kopf-Verbrauch von Obst und Gemüse in 2017/2018. www.bmel-statistik.de

¹⁸ Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2018): a. a. O.

4. Marktdaten

4.1.3 Bioprodukte

Spanien ist nicht nur bei allgemeinen Produkten des Obst- und Gemüsesektors führender Erzeuger in Europa. Dies gilt auch für den Bereich der ökologischen Produkte. Weltweit nimmt Spanien hier den 5. Rang ein.¹⁹

Auch in Spanien ist eine zunehmende Tendenz zu mehrökologischem Anbau und dem Verzehr von Bioprodukten festzustellen. Das zuständige Ministerium für Landwirtschaft, Fischfang, Ernährung und Umwelt (MAPAMA) verfolgt mit einem Aktionsplan „Strategie für ökologische Produktion 2018-2020“ u. a. die Förderung des internen Konsums und die Stärkung der Erzeugerseite.²⁰

Die Anbaufläche für Bioprodukte betrug 2018 etwa 2,1 Mio. ha. Dies entspricht einem Anteil von 9,7 % der gesamten landwirtschaftlich genutzten Fläche des Landes. Die Umsätze mit Bioprodukten beliefen sich 2016 noch auf 1,5 Mrd. €. Für 2020 wird ein Wachstum auf 12,0 Mrd. € prognostiziert.

Bisher wurde dieses Wachstum hauptsächlich vom Absatz in andere europäische Märkte getragen. Inzwischen schließen sich die spanischen Verbraucher nicht nur dem allgemeinen westlichen Trend hin zu neuen und innovativeren Produktkategorien an. Auch die Nachfrage nach Bioprodukten steigt, wenn auch zögernd. In der Folge haben wichtige Sektoren des Einzelhandels, insbesondere die Supermärkte, ihr Angebot von Bioprodukten ausgeweitet, und auch die Zahl der Unternehmen des traditionellen Einzelhandels mit einem zusätzlichen Angebot an Obst und Gemüse aus biologischem Anbau nimmt zu.

Die Einzelhandelsformate Supermarkt und Hypermarkt berichten über folgende Entwicklung: Im Sektor Obst stehen bei Bio-Produkten Bananen mit einem Umsatz von 10,5 Mio. € und Äpfel mit einem Umsatz von 5,5 Mio. € im Vordergrund, jeweils mit hohen Wachstumsraten (30 % bzw. 40 %). Nicht zu übersehen ist allerdings, dass der Anteil dieser Bio-Umsätze an den Gesamtumsätzen mit diesen Obstsorten nach wie vor sehr gering ist. Bei Bananen liegt er bei 2 %, bei Äpfeln bei 1,8 %. Ähnlich stellt sich die Situation bei Biogemüse dar.

Die größten Umsätze werden mit Biotomaten erzielt (5,4 Mio. € bei einem Wachstum von 10,5 %, allerdings auch nur mit einem Anteil von 1,1 % an den Gesamtumsätzen mit dieser Gemüseart). Weiterhin treffen Paprika, Kartoffeln, Zwiebeln und Salat in ihrer Bio-Version auf steigendes Interesse beim spanischen Verbraucher, allerdings weiterhin mit minimalen Anteilen an den Gesamtumsätzen mit diesen Gemüsesorten.

¹⁹ IFEMA Feria de Madrid (2019): ¿Cómo avanza el producto ecológico entre las principales categorías de frutas y hortalizas? www.ifema.es/fruit-attraction

²⁰ Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2018): Estrategia para la producción ecológica 2018-2020. www.mapa.gob.es

4. Marktdaten

4.1.4 Verbraucherpreise

Ausgehend von einem Wert von 94,1 im Jahr 2011 hat sich der allgemeine Verbraucherpreisindex bis 2018 um 10,2 % auf 103,7 Punkte erhöht. Im Bereich Nahrungsmittel und nicht-alkoholische Getränke verzeichnet der Index bei einem Ausgangsniveau von 91,1 Punkten im Jahr 2011 mit einem Zuwachs von 12,9% auf 102,9 Punkte im Jahr 2018 einen leicht stärkeren Anstieg.

Die Verbraucherpreise für frisches Obst und Gemüse unterliegen in Spanien, wie auch in anderen Ländern, deutlichen saisonalen Schwankungen. Seitens der Erzeuger und des Großhandels werden die Preise zudem im wöchentlichen Rhythmus neu festgesetzt. Die Schwankungen sind naturgemäß für lagerfähige Produkte (z. B. Äpfel, Kartoffeln) geringer als für leicht verderbliche Produkte (z. B. Erdbeeren, Tomaten).

Die nachfolgende Tabelle 3 gibt einen punktuellen Eindruck zu den Verbraucherpreisen in den verschiedenen Vertriebsformen des Einzelhandels. Diese Darstellung erhebt keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit. Sie ist gedacht, um den Interessenten eine Grundlage zur Einschätzung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit ihrer Produkte und zu den in der Lieferkette in Spanien üblichen Margen zu geben. Berücksichtigt wurden nur Produkte, die prinzipiell auch für eine Belieferung des spanischen Marktes durch deutsche Anbieter infrage kommen.

Kriterien hierfür waren:

- Arten, deren spanische Einfuhrwerte (Einfuhren aus EU) über 5 Mio. € lagen und für die ein Anbau in Deutschland besteht,
- Arten, deren spanische Einfuhrwerte bei mindestens 100.000 € lagen, bei denen Deutschland als Lieferland auf einem der drei ersten Plätze liegt und bei denen es sich nicht offensichtlich um Einfuhren aus Drittländern handelt (z. B. Kaki);
- Darstellung des Verbraucherpreisniveaus für die drei wichtigsten Vertriebswege, nämlich Super- und Selbstbedienungsmärkte, Discounter und traditioneller Einzelhandel.

Die nachfolgenden Daten beruhen auf Erhebungen, die in der 47. bis 49. Kalenderwoche 2019 im Einzelhandel in Madrid und Barcelona durchgeführt wurden. Angesichts des in dieser Form beschränkten Umfangs der Erhebung und der Tatsache, dass Preise im Bereich Obst und Gemüse regionalen, saisonalen und meist wöchentlichen Schwankungen unterliegen, kann diese Darstellung nur ein grober Hinweis sein.

4. Marktdaten

Tabelle 3: Verbraucherpreise von Obst in Spanien (47.-49. Kalenderwoche 2019) in Euro

Obstart	Preis Supermarkt A (1)	Preis Supermarkt B (2)	Preis Discounter A (3)	Preis Discounter B (4)	Preis TEH (5)	Preis TEH (6)
Äpfel						
Granny Smith	2,19	1,99	1,79	1,79	k. A	k. A
Royal Gala	1,41-2,39	1,99	k. A	1,59	k. A	2,80-3,99
Red Delicious	k. A	k. A	k. A	k. A	k. A	k. A
Fuji	2,01	2,49	1,69	1,99	1,99	2,98-3,99
Golden	1,95	1,39	1,26-1,59	1,12	k. A	2,80-3,99
Birnen						
Conference	1,95-2,29	1,55	1,59	k. A	k. A	3,48-3,99
Blanquillas	1,99	1,59	k. A	k. A	k. A	3,48-3,99
Blaubeeren	k. A	13,98-15,59	k. A	11,27	2,95 (125g)	23,60-31,92
Brombeeren	k. A	21,20	k. A	15,92	k. A	23,24-31,92
Erdbeeren	k. A	k. A	k. A	k. A	k. A	9,98-11,98
Himbeeren	k. A	15,59	k. A	15,12	2,95 (125g)	23,60-31,92
Tafeltrauben						
rot	2,99-4,45	2,45	1,99-2,49	k. A	3,80	5,99
weiß	2,99	2,29-4,99	2,09-2,49	k. A	4,99	3,98-5,98

(1) Caprabo /Eroski Barcelona; (2) Alcampo Madrid; (3) Lidl Barcelona; (4) Aldi Madrid; (5) Markthalle Barcelona; (6) Markthalle Madrid

Anmerkung: Die Preise beziehen sich jeweils auf 1 kg, soweit nicht anders vermerkt.

Quelle: Eigene Erhebung (2019)

4. Marktdaten

Tabelle 4: Verbraucherpreise von Gemüse in Spanien (47.-49. Kalenderwoche 2019) in Euro

Gemüseart	Preis Supermarkt A (1)	Preis Supermarkt B (2)	Preis Discounter A (3)	Preis Discounter B (4)	Preis TEH (5)	Preis TEH (6)
Bohnen	1,75-2,29	3,79-9,99	1,79-1,89	3,38-4,60	5,99-6,99	6,98-7,99
Gurken	1,49-1,89	1,89	1,29	2,50	1,99	2,25-2,98
Kartoffeln	1,37-2,09	0,58-2,09	1,25-1,69	0,9-1,69	1,40	1,33-3,98
Kohl	1,49	0,99	0,99	1,29	1,99 (Stck.)	2,48
Kopfsalat	1,07-1,49	1,19-1,69	0,99 (Stck.)	1,98-2,89	1,30-1,60	1,50-1,99 (Stck.)
Lauch	1,75 (3 Stck.)	1,39 (2 Stck.)	1,69 (3 Stck.)	2,98	2,50	2,99-3,99
Möhren	0,56-0,70	0,64-1,98	0,69-1,29	0,69-2,52	1,40	1,49-3,99
Spargel, grün	2,40-2,89	6,76	6,6	6,22	3,40	9,47
Zwiebeln	1,33-2,35	0,33-1,89	1,29-1,69	0,85-2,78	1,20	1,68-5,00

(1) Caprabo /Eroski Barcelona; (2) Alcampo Madrid; (3) Lidl Barcelona; (4) Aldi Madrid; (5) Markthalle Barcelona; (6) Markthalle Madrid

Anmerkung: Die Preise beziehen sich jeweils auf 1 kg, soweit nicht anders vermerkt.

Quelle: Eigene Erhebung (2019)

4. Marktdaten

Nachdem der Bereich Bioprodukte in Spanien, wenn auch zögerlich, an Bedeutung gewinnt, werden hierfür nachfolgend einige Hinweise für Groß- und Einzelhandelspreise dargestellt:

Tabelle 5: Verbraucherpreise von Bio-Obst in Spanien (47.-49. Kalenderwoche 2019) in Euro

Obstart	Preis Bio TEH (1)	Preis Bio-Großhandel (2)
Äpfel		
Granny Smith	2,95	1,85-2,07
Royal Gala	2,65	1,52-1,63
Red Delicious	3,95	1,65
Fuji	2,95	1,78-1,97
Golden	2,65	1,35-1,75
Birnen		
Conference	3,95	1,48-1,92
Blanquillas	3,95	1,34-2,10
Tafeltrauben		
rot	4,95	2,48
weiß	4,95	2,48

(1)Wochenmarkt Barcelona (Bio-Produkte); (2) Großhandel Barcelona

Anmerkung: Die Preise beziehen sich jeweils auf 1 kg, soweit nicht anders vermerkt.

Quelle: Eigene Erhebung (2019)

4. Marktdaten

Tabelle 6: Verbraucherpreise von Bio-Gemüse in Spanien (47.-49. Kalenderwoche 2019) in Euro

Gemüseart	Preis Bio TEH (1)	Preis Bio-Großhandel (2)
Bohnen	4,97	3,97
Gurken	2,95	1,32
Kartoffeln	1,40-1,69	0,80-1,32
Kohl	3,45	1,20-1,48
Kopfsalat (St)	2,15	0,85
Lauch	3,75	1,32-1,85
Möhren	1,50	1,12
Zwiebeln	1,75-3,69	0,85-1,52

(1) Wochenmarkt Barcelona (Bio-Produkte); (2) Großhandel Barcelona

Anmerkung: Die Preise beziehen sich jeweils auf 1 kg, soweit nicht anders vermerkt.

Quelle: Eigene Erhebung (2019)

Für die Margen des Obst- und Gemüse Einzelhandels in Spanien gilt Folgendes:

Die Marge Großhandel/-Einzelhandel wird mit zwischen 30 % und 50 % angegeben. Bei leicht verderblichen Waren liegt der Prozentsatz eher im oberen Bereich. Für Bioprodukte liegt diese Marge demgegenüber, offensichtlich wegen der größeren Sensibilität und höherer Ausschussquote der Produkte, im Bereich von 60 %.

Die Differenz zwischen den Verbraucherpreisen und denen, die dem Einzelhandel vom Großhandel berechnet werden, liegen zwischen 40 % und 50 %. Bestimmend ist hier die Höhe des Nachlasses, der individuell dem Einzelhändler entsprechend dessen Beschaffungsvolumen vom Großhandel gewährt wird. Vom Lebensmittelgroßhandel wird die eigene Nettomarge mit ca. 18 % angegeben.

4. Marktdaten

4.1.5 Verbrauchernachfrage und -verhalten Obst (frisch)

Dieses Segment entspricht einem Anteil von 9,3 % der Gesamtausgaben im Bereich Lebensmittel und Getränke.

Die o.g. Erhebung unterscheidet innerhalb dieses Sektors zwischen:

- Zitrusfrüchten
 - Apfelsinen,
 - Zitronen,
 - Mandarinen,
 - Grapefruit;
- Exotischen Früchten
 - Bananen,
 - Kiwi,
 - Avocado,
 - Ananas,
 - Chirimoya;
- Kernobst
 - Trauben,
 - Äpfel,
 - Birnen;
- Steinobst;
- Roten Beeren;
- Wasser- und Honigmelonen;
- Sonstigem Obst.

Im Jahre 2018 war seitens der spanischen Haushalte ein Rückgang der Nachfrage um 1,8 % gegenüber dem Vorjahr zu verzeichnen. Der durchschnittliche Verbrauch lag bei 90,49 kg pro Person, was Ausgaben in Höhe von 139,44 € entspricht.

Die Verteilung des Pro-Kopf-Verbrauchs zwischen diesen Obstarten nach Volumen, auch in der Entwicklung von 2017 auf 2018, ergibt sich aus folgender Grafik:

4. Marktdaten

Tabelle 7: Pro-Kopf-Verbrauch von Frischobst

Obstart	Pro-Kopf-Verbrauch 2017 (in kg)	Pro-Kopf-Verbrauch 2018 (in kg)
Zitrusfrüchte	26,4	25,4
Exotische Früchte	17,2	17,7
Kernobst	16,9	16,3
Steinobst	9,0	8,3
Rote Beeren	2,6	2,6
Wasser- und Honigmelonen	15,6	15,4
Sonstiges Obst	4,9	4,7
Gesamt	92,5	90,5

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

Ein Blick auf die zeitlichen Variationen des Verbrauchs im Jahresverlauf zeigt Spitzenwerte von Mai bis Juli und niedrigste Werte zwischen November und März.

Die Vertriebswege von Frischobst in Spanien werden im folgenden Schaubild reflektiert.

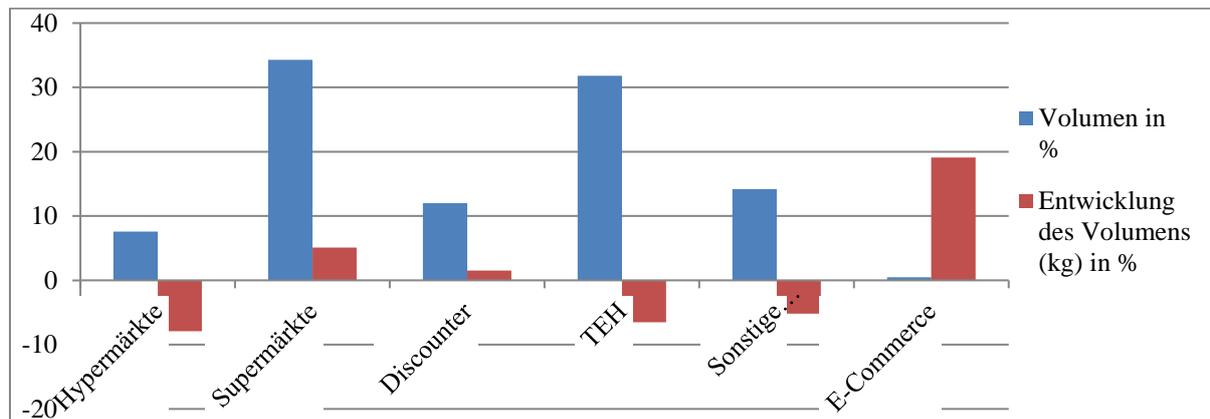


Abbildung 1: Obst: Verteilung der Distribution auf die einzelnen Kanäle und Entwicklung der Distribution in Prozent (2018 vs. 2017)

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

Es zeigt sich hier ein Rückgang in der Bedeutung der Hypermärkte und des traditionellen Obst-Einzelhandelsgeschäfts zugunsten der Supermärkte und des E-Commerce, bei letzterem allerdings auf einem noch minimalen Niveau. Der (allerdings wenig aussagekräftige) Durchschnittspreis pro kg bei Frischobst lag 2018 bei 1,54 €, was einer Erhöhung um 5,8 % gegenüber dem Vorjahr entspricht.

4. Marktdaten

Tabelle 8: Entwicklung der Apfelproduktion nach Sorten

Apfelsorte	2014	2015	2016	2017	2018 (*)	Veränderung 2017-2018 in %
Grupo Golden	280.484	252.467	271.260	258.185	243.546	- 5,7
Grupo Gala	74.696	72.232	79.536	78.500	77.714	- 1,0
Fuji	28.659	31.289	32.491	38.904	35.926	- 7,7
Reineta	35.383	39.984	23.642	13.219	35.685	170,0
Rojas	36.496	37.073	36.834	37.234	30.836	- 17,2
Granny Smith	24.484	26.618	27.399	29.913	27.366	- 8,5
Sonstige Winteräpfel	20.600	18.693	20.594	20.635	18.815	- 8,8
Sonstige Sommeräpfel	3.865	3.184	3.120	3.258	3.209	- 1,5
Gesamt	504.667	481.540	494.966	479.848	473.097	- 3,1

(*) Vorhersage bis August 2018

Quelle: Aus dem Spanischen aus Publicaciones Alimarket (2019)

4.1.6 Verbraucherverhalten nach Altersgruppen

Ein Blick auf das Verbraucherverhalten nach Altersgruppen zeigt ein erstaunliches Phänomen: Ganz überwiegend sind es die über 50-Jährigen, die unter den verschiedenen Altersgruppen als Käufer von Obst in Erscheinung treten. Während die Altersgruppen der bis 49-Jährigen insgesamt knapp die Hälfte der Gesamtbevölkerung Spaniens ausmachen, stehen sie nur für ein Drittel der Einkäufe. Deutlich überwiegend mit 66,5 % sind es die über 50-Jährigen, die, obwohl sie nur 54 % der Gesamtbevölkerung Spaniens ausmachen, Obst einkaufen.

Im Bereich Obst gehören Äpfel zu den Produkten, für die relativ hohe Einfuhrwerte Spaniens, auch aus Deutschland, ausgewiesen werden. Deshalb werden die Verbrauchernachfrage und Daten auf der Erzeugerseite zusätzlich detaillierter dargestellt.

4. Marktdaten

Bei einem volumenmäßigen Rückgang der Einkäufe spanischer Verbraucher um 3,8 % im Jahr 2018 bei gleichzeitigem Anstieg des Wertes ist ein deutlicher Preisanstieg festzustellen. Der durchschnittliche Preis lag 2018 bei 1,58 €/kg. Im Jahresverlauf ist eine überdurchschnittliche Nachfrage in den Monaten Februar bis April sowie September bis November festzustellen, während diese in den Monaten Juni bis August (offensichtlich wegen der Ferienzeit) stark nachließ.

Wie bei Obst im Allgemeinen stehen unter den Vertriebswegen die Super- und Selbstbedienungsmärkte sowie der traditionelle Einzelhandel mit 31,9 % bzw. 33,8 % im Vordergrund. Auffällig ist, dass Personen im Alter über 65 Jahren gegenüber der Gruppe von Personen unter 50 Jahren fast die dreifache Menge an Äpfeln konsumieren. Regional ist ein vergleichsweise hoher Konsum an Äpfeln in den Autonomen Gemeinschaften Galizien, Kastilien und León und im Baskenland festzustellen.

Mit einer Gesamtproduktionsmenge von 476.000 t im Jahr 2018 nimmt Spanien im EU-europäischen Vergleich den 6. Rang ein (Deutschland belegt mit 1.093 Mio. t den 4. Rang). Die Hauptanbaugebiete sind Katalonien (58 %) und Aragón (19 %).

Eine Übersicht über die wichtigsten Anbaugebiete in Spanien und die darauf entfallenden Apfelsorten bietet die folgende Tabelle 9:

4. Marktdaten

Tabelle 9: Wichtigste Apfel-Anbaugebiete Spaniens mit den darauf entfallenden Apfelsorten (in t im Jahr 2018)

Apfel-sorte	Kata-lonien	Aragón	Kastilien und León	La Rioja	Murcia	Sonstige Auto-nomien	Gesamt
Grupo Golden	130.080	61.960	11.100	3.170	640	28.596	243.546
Grupo Gala	54.050	6.581	160	900	270	15.753	77.714
Fuji	24.570	5.323	1.003	4.307	-	660	35.926
Rei-neta	-	7.060	26.330	506	-	1.789	35.685
Rojas	17.310	6.526	1.700	450	-	4.850	30.836
Gran-ny Smith	24.170	1.964	80	52	-	1.100	27.366
Otras In-vierno	15.800	1.915	-	-	-	1.100	18.815
Otras Verano	-	449	570	-	990	1.200	3.209
Ge-samt	273.980	91.778	40.943	9.448	1.900	55.048	473.097

Quelle: Aus dem Spanischen aus Publicaciones Alimarket (2019)

4. Marktdaten

Auf der Erzeugerseite zeigt sich eine starke Konzentration. Vom Gesamtvolumen der Erzeugung von Äpfeln entfielen 2018 auf die ersten 10 Unternehmen zwei Drittel der Gesamterzeugung. Eine Auflistung dieser Unternehmen zeigt Tabelle 10:

Tabelle 10: Die zehn wichtigsten Apfelproduzenten Spaniens in den Jahren 2017/2018

	Unternehmen	Standort	Volumen in t
1	Grupo Nufri	Mollerusa (Lleida)	72.000
2	Frutas E. Sánchez, S. L.	Fuenlabrada (Madrid)	58.000
3	Girona Fruits, S. C. C. L.	Bordils (Girona)	32.000
4	Giropoma Costa Brava, S. L.	Ullà (Girona)	30.000
5	Grupo Frutas Lázaro (P)	Calatayud (Saragossa)	27.000
6	Fructículo Empordà, S. L.	Sant Pere Pescador (Girona)	22.000
7	Actelgrup, S. COOP. (P)	Lleida	21.000
8	Grupo Domingo Catalá, S. L. (*)	La Portella (Lleida)	18.000
9	Grupo Cofri (*)	Lleida	17.000
10	Agrícola Gil, S. L.	Almunia de D. Godina (Saragossa)	16.000

(P) Prognose des Unternehmens

(*) Schätzung

Quelle: Aus dem Spanischen aus Publicaciones Alimarket (2019)

Trotz der hohen Eigenproduktion stellt sich Spanien für eine Reihe von Erzeugerländern von Äpfeln als interessanter Markt dar. Hierzu gehören insbesondere Frankreich und Italien.

Eine Übersicht über die hauptsächlichen Lieferantengruppen dieser Länder gibt die nachfolgende Tabelle 11 (Daten für 2017/2018):

4. Marktdaten

Tabelle 11: Die sechs wichtigsten europäischen Apfelproduzenten für den spanischen Markt

Unternehmen	Standort	Gesamt- volumen in t	Marktanteil in Spanien in %	Handels- volumen in Spanien in t
Consorcio VOG	Terlan- Bozen (Italien)	450.000	8	38.000
Blue Whale	Mountauban (Frankreich)	225.000	4,5	25.200
Val Venosta	Latsch- Bozen (Italien)	220.000	10	22.000
Consorzio Melinda	Cles- Trient (Italien)	154.000	1,6	2.500
Grupo Rivoira	Verzuolo – Cuneo (Italien)	45.000(*)	15	6.750
Perlim	St. Aulaire (Frankreich)	35.000	40	14.000

(*) Schätzung

Quelle: Aus dem Spanischen aus Publicaciones Alimarket (2019)

4.1.7 Verbrauchernachfrage und –verhalten Gemüse (frisch)

Dieses Segment entspricht einem Anteil von 6,8 % der Gesamtausgaben im Bereich Lebensmittel und Getränke.

Die o. g. Erhebung unterscheidet, leicht abweichend von der deutschen Klassifizierung, innerhalb dieses Sektors zwischen:

- Wurzelgemüse (raíces, bulbos, tubérculos)
 - Zwiebeln,
 - Möhren,
 - Knoblauch,
 - Kartoffeln;
- Blattgemüse (hojas, tallos tiernos, vainas)
 - Grüne Bohnen,
 - Spargel,
 - Salat,
 - Endivien;
- Frucht- und Blütengemüse (frutos, flores)
 - Tomaten,
 - Gurken,
 - Auberginen,

4. Marktdaten

- Zucchini,
- Paprika,
- Kohl,
- Brokkoli;
- Pilze (setas).

Die Nachfrage nach frischem Gemüse verzeichnete 2018 einen Anstieg um 3 % beim Volumen, was bei einer gleichzeitigen Preiserhöhung einem um 4,4 % erhöhten Wert gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Pro-Kopf-Verbrauch der spanischen Bevölkerung lag bei 56,88 kg und einem Wert von 102,21 €.

Ein Blick auf die Variationen des Verbrauchs im Jahresverlauf zeigt nur leichte Abweichungen vom Durchschnitt im Monat September nach oben und im Dezember nach unten. Sehr viel deutlicher sind demgegenüber die Schwankungen bei den Preisen: Spitzenwerte sind für die Monate Januar und Februar zu verzeichnen, niedrigstwerte zwischen Mai und August.

Die Verteilung der Gemüsearten innerhalb des Sektors nach Wert und Gewicht ist aus der nachfolgenden Tabelle und Abbildung ersichtlich:

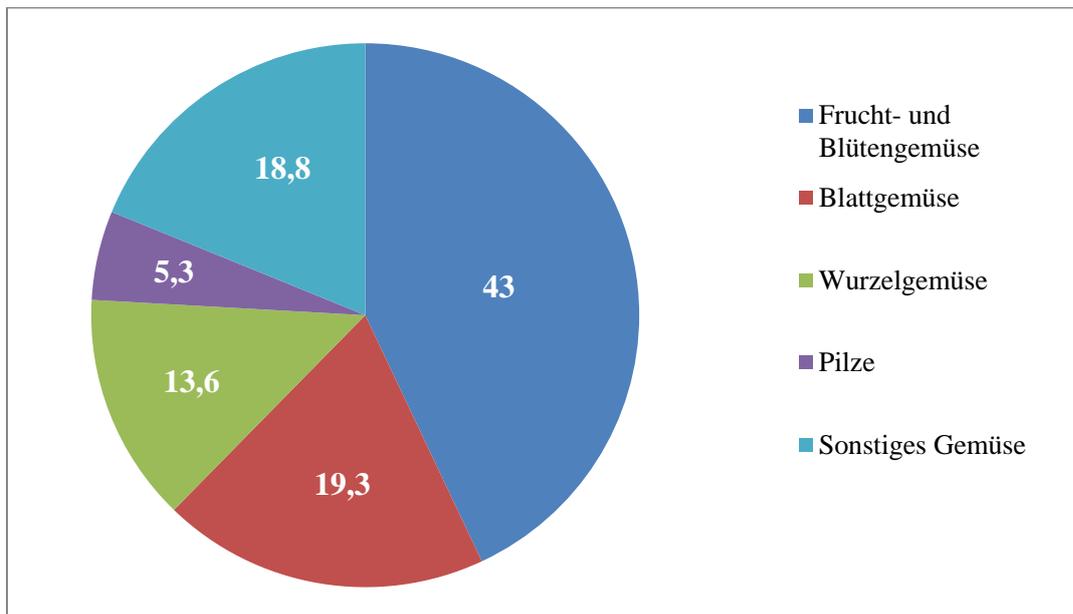


Abbildung 2: Verteilung der Gemüsearten nach Wert

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

4. Marktdaten

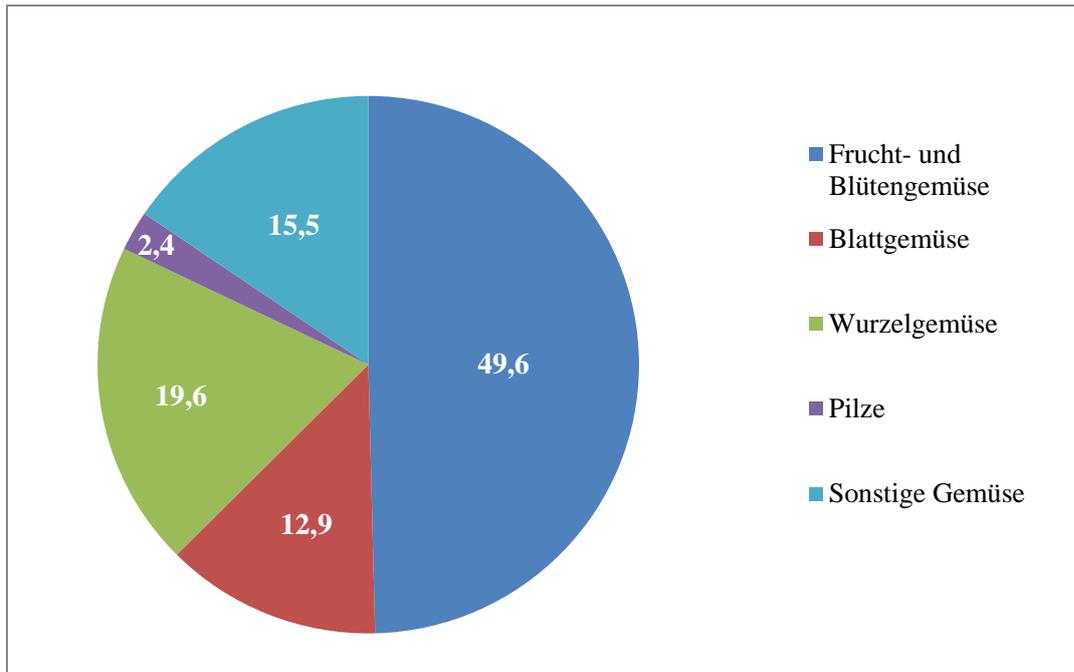


Abbildung 3: Verteilung der Gemüsearten nach Gewicht

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

Tabelle 12: Entwicklung der Verteilung von Gemüsearten 2018 vs. 2017

Gemüseart	Wert in Prozent	Volumen in Prozent
Frucht- und Blütengemüse	3,2	4,5
Blattgemüse	0,8	-0,9
Wurzelgemüse	4,6	1,8
Pilze	19,4	11,0
Anderes Gemüse	7,1	2,0
Gesamt	4,4	3,0

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

4. Marktdaten

Für die Vertriebswege von frischem Gemüse ergibt sich die folgende Aufteilung:

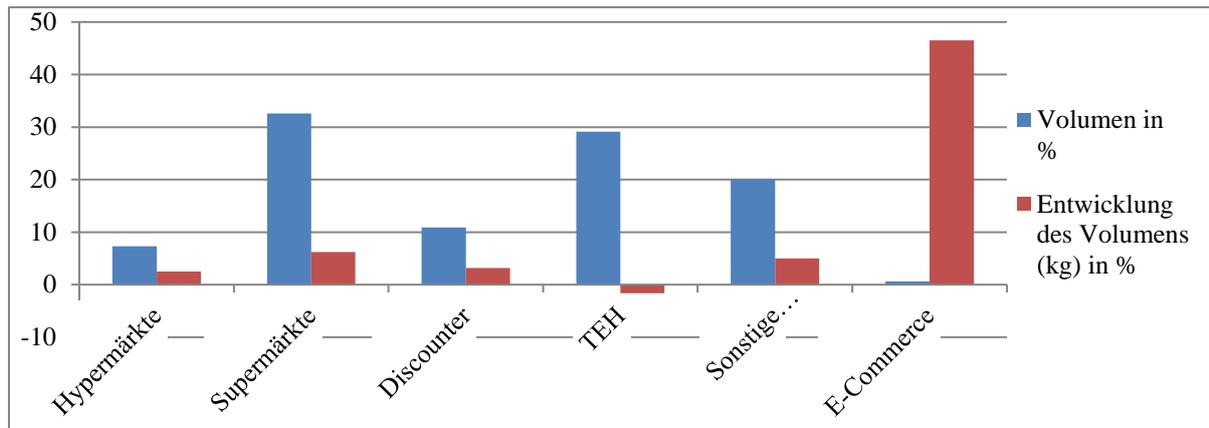


Abbildung 4: Gemüse: Verteilung der Distribution auf die einzelnen Kanäle und Entwicklung der Distribution in Prozent (2018 vs. 2017)

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

Super- und Selbstbedienungsmärkte nehmen hier eine Spitzenstellung ein, gefolgt vom traditionellen Gemüse-Einzelhandel. Der Durchschnittspreis (Verbraucher) für frisches Gemüse lag 2018 bei 1,80 €/kg. Gegenüber dem Vorjahr gab es einen Anstieg um 1,3 %, wobei sich der Absatzweg „traditioneller Gemüse-Einzelhandel“ mit einem Preisrückgang um 0,8 % als der Günstigste erwies.

Ähnlich der Situation bei Frischobst zeigt sich beim Verbrauch von frischem Gemüse eine deutliche Vorrangstellung der älteren Bevölkerungsgruppen. Während der Verbrauch seitens der Konsumenten unter 49 Jahren mit 35,6 % deutlich unter ihrem zahlenmäßigen Anteil an der Gesamtbevölkerung von 45,9 % liegt, entfällt auf die Personengruppe im Alter von über 50 Jahren (54,1 %) ein deutlich größerer Anteil (64,4 %) beim Verbrauch von frischem Gemüse.

Ein Blick auf die Verteilung des Verbrauchs an frischem Gemüse unter den verschiedenen Einkommensgruppen zeigt einen mit 63,1 kg/Jahr gegenüber dem Durchschnitt von 56,9 kg/Jahr deutlich höheren Verbrauch bei der als „hoch und mittel-hoch“ bezeichneten Gruppe.

Bei der regionalen Verteilung des Verbrauchs an frischem Gemüse sind kaum Besonderheiten festzustellen. Fast durchgehend entspricht der Verbrauchsanteil dem der Bevölkerungszahl. Lediglich in Katalonien und in Aragón liegt der Verbrauch deutlich über dem Wert, der der Bevölkerungszahl im Vergleich zur Gesamtbevölkerungszahl Spaniens entsprechen würde.

4.2 Angebotsgestaltung im Lebensmittelhandel

Die spanische Handelslandschaft durchläuft seit einigen Jahren einen tiefgreifenden Wandel. Alle großen Anbieter setzen auf die Modernisierung ihrer Ladenlokale, wobei der Neugestaltung der Frischebereiche eine besondere Bedeutung zukommt. Nachdem viele Jahre lang die Selbstbedienung und abgepackte Ware bei Fisch, Fleisch, Obst und Gemüse sowie auch bei Backwaren vorherrschend waren, setzen die großen Marktplayer nunmehr verstärkt auf persönliche Beratung und Betreuung. Dazu haben alle führenden Anbieter massiv in die Ausbildung entsprechenden Fachpersonals wie Fleischer sowie Obst- und Gemüfefachverkäufer investiert. Einer der Hauptgründe für diese massiven Investitionen ist der steigende Anteil des eCommerce im Bereich der Nahrungsmittel, was für den traditionellen Handel eine Bedrohung darstellt. Der Erwerb von Frischeprodukten stellt für die Hyper-, Super- und Discountmärkte eine wichtige Gelegenheit dar, um den Konsumenten in „ihr“ Lokal zu locken. Die durchschnittlich über 200 Einkaufsakte im Jahr für Frischeprodukte pro Haushalt beweisen diese Strategie eindrucksvoll.²¹

Der Marktführer Mercadona startete seine Transformation bereits im Jahr 2016, im Zeitraum 2018-2023 werden insgesamt 8,5 Mrd. Euro in die Erneuerung der über 1.600 Supermärkte investiert. Der Bereich für Obst und Gemüse ist auf 7,5 m Ganglänge verlängert worden, um die Waren übersichtlicher und attraktiver präsentieren zu können. Dabei setzt Mercadona bei Obst und Gemüse, wie auch bei Fleisch und Fisch, verstärkt auf die Präsenz von Fachverkäufern.²²

Auch die Gruppe El Corte Inglés hat seine Hyper- und Supermärkte grundlegend neugestaltet und dem Bereich Obst und Gemüse mehr Fläche und eine neue Optik verpasst, die dem Erscheinungsbild einer traditionellen Markthalle nahekommt. El Corte Inglés bietet dem Kunden die frischen Produkte in drei Formaten an: abgepackte Ware, Selbstbedienung oder Kauf an einer „Insel“, die von einem Fachverkäufer betreut wird. Hier werden primär die Premiumprodukte geführt. Im Rahmen der Möglichkeiten bindet der El Corte Inglés regionale Lieferanten ein und gewährt diesen direkte Sichtbarkeit bis hin zu Shop-in-Shop-Lösungen.²³

Ein ähnliches Konzept bietet auch die Carrefour-Gruppe, sowohl in der Kategorie der Superals auch der Hypermärkte. Dabei basiert das Konzept auf der Umwandlung der Großfläche hin zu Bereichen, die vom Kunden als eine Art Fachgeschäft wahrgenommen werden. Des Weiteren integriert Carrefour ebenfalls verstärkt das Regionalkonzept sowie ökologische Produkte.²⁴

²¹ Diario de Gastronomía (2019): Los hábitos de consumo de los españoles en productos frescos. www.diariodegastronomia.com

²² Huffington Post (2019): La gran revolución de Mercadona. www.huffingtonpost.es

Innovaspain (2019): La radical apuesta por la innovación que ha llevado a Mercadona a ganar el pulso al sector. www.innovaspain.com

Mercadona (2019): Nuevo modelo de tienda eficiente Mercadona. www.info.mercadona.es

²³ El Corte Inglés (2019): Frutas y verduras la nueva frutería. www.elcorteingles.es

²⁴ Carrefour (2019): Carrefour en España. www.carrefour.es

4. Marktdaten

Die Auchan-Gruppe mit ihrer Hypermarktklinie Alcampo steht den großen Wettbewerbern nicht nach, auch wenn mit der Renovierung der Märkte erst kürzlich begonnen worden ist. Ein Schwerpunkt stellt die Neugestaltung des gesamten Frischebereichs dar, der mit 5.000 Referenzen 25% des Gesamtsortiments stellt. Von diesen 5.000 Frischereferenzen sind 1.000 Produkte ökologischen Ursprungs. Wie ihre Wettbewerber setzt auch die Auchan-Gruppe gezielt auf den Einsatz von Fachverkäufern.²⁵

Im Bereich der Discounter ist die Gruppe Día mit ihrem Konzept „La Plaza“ hervorzuheben. Diese Ladenlokale stechen durch ihre Lage (direkt in den Wohngebieten) hervor und repräsentieren den traditionellen Supermarkt, familiär und in der Nähe. Der Kern des Konzepts liegt auf den frischen Produkten Fleisch und Fisch mit entsprechenden Theken sowie Obst und Gemüse mit dem Konzept der Selbstbedienung. Auch hier liegt die Inspiration beim traditionellen Marktplatz.²⁶

Insgesamt ist festzuhalten, dass alle Handelsunternehmen darauf abzielen, den Einkauf wieder zu einem Erlebnis zu machen. Den Schwerpunkt bilden dabei die frischen Waren, bei denen Obst und Gemüse eine wichtige Stellung zukommt.

4.3 Eigenproduktion

Spanien ist einer der weltweit wichtigsten Produzenten von Obst und Gemüse. Im Ranking der Erzeuger nimmt Spanien den 6. Platz ein. Aktuell entfällt ein Anteil von über 25 % der Obst- und Gemüseerzeugung in der EU auf Spanien. Der Anbau von Obst und Gemüse in Spanien verteilt sich auf eine Vielzahl von Arten und Methoden, vom intensiven Anbau in Gewächshäusern (30 %) bis zum Freilandanbau (70 %).

Die Stärke des Sektors beruht auf seinem hohen Grad an Spezialisierung und der Fähigkeit, sich der Nachfrage anzupassen. Ein Problem ist die Preisentwicklung für viele Produkte, insbesondere bei Gemüse und Kartoffeln sowie bei Zitrusfrüchten.

Obst und Gemüse werden in nahezu allen Autonomen Spaniens produziert, wobei Andalusien, Aragón, Katalonien, Kastilien-La Mancha, Valencia, Extremadura und Murcia im Vordergrund stehen.

Die Gesamtfläche des Obst- und Gemüseanbaus in Spanien beträgt 1,6 Mio. ha, von denen 753.000 ha auf den Anbau von Schalenfrüchten entfallen und vom Rest (847.000ha) 38 % auf

²⁵ Alimarket (2018): ¿Cómo es la experiencia de compra en un 'Alcampo Supermercado'? www.alimarket.es; Food Retail & Shoppers (2017): Alcampo Deluxe: la réplica a Mercadona, Carrefour, Dia y Lidl. www.foodretail.es

²⁶ Libertad Digital (2015): DIA crea 'La Plaza', un súper de más calidad y centrado en productos frescos. www.libremercado.com

4. Marktdaten

Gemüse, 34 % auf Zitrusfrüchte und 28 % auf andere Früchte. Über die letzten Jahre hinweg ist der Anteil der Anbaufläche für tropische Früchte und Gemüse zu Lasten der von Zitrusfrüchten gewachsen.

Die gesamte Erzeugung von Obst, Gemüse und Kartoffeln in Spanien betrug im Jahr 2018 über 30 Mio. t. Hiervon entfiel ein Anteil von 54 % auf Gemüse, 24 % auf Zitrusfrüchte, 11 % auf andere Früchte, 9 % auf Kartoffeln und 2 % auf Schalenfrüchte.

Der Wert der Produktion belief sich im Jahr 2018 auf 20.829 Mio. € (inkl. Oliven und Tafeltrauben) und ist gegenüber dem Vorjahr geringfügig um 1 % gewachsen. Auf den Bereich Obst entfielen 10.338 Mio. €, auf Gemüse 9.831 Mio. € und auf Kartoffeln 660 Mio. €.

4. Marktdaten

4.3.1 Obst

Einen Überblick über die Erzeugung der verschiedenen Obstarten zwischen 2015 und 2018 gibt nachfolgende Tabelle 13:

Tabelle 13: Spanische Produktion der wichtigsten Obstarten (in Tsd. t)

Produkt	2015	2016	2017	2018
Avocado	83,7	91,5	92,9	89,7
Aprikose	153,7	139,6	162,9	183,9
Kirsche	86,7	100,5	114,4	110,2
Pflaume	217,3	193,6	172,3	147,7
Erdbeere	399,2	377,6	360,4	345,3
Tafelapfel	513,7	541,7	495,7	515,6
Pfirsich	964,1	903	1.081	941
Melone	692,1	649,8	655,7	683,4
Nektarine	617,8	518,8	718,5	565,9
Birne	355,4	349,2	361	336,5
Banane	382	408,7	421,3	387,5
Wassermelone	1.039,7	1.092	1.113	1.077
Tafeltrauben	251,8	271,6	266,2	272,8

Quelle: Aus dem Spanischen aus MAPA (2019)

4. Marktdaten

4.3.2 Gemüse und Kartoffeln

Die Erzeugung von Gemüse inkl. Kartoffeln ist aus folgender Tabelle 14 ersichtlich:

Tabelle 14: Spanische Produktion der wichtigsten Gemüse- und Knollenarten (in Tsd. t)

Produkt	2015	2016	2017	2018
Knoblauch	178	210	274,7	263,5
Artischocke	214	221,7	223,2	214
Aubergine	245	242,6	225,9	234
Brokkoli	452	483	541	571
Zucchini	543	581,5	587,2	585,2
Zwiebel	1.241	1.384	1.359,3	1.315
Blumenkohl	155	161,4	147,3	185,4
Grüne Bohnen	180	171,7	163,6	147,5
Kopfsalat	927	929,9	976,1	944,6
Kartoffel	2.284	2.246,2	2.239,5	2.003
Gurke	705	631,2	634,5	690,6
Paprika	1.103	1.172,6	1.274,3	1.292,8
Tomate	4.833	5.156	5.163,5	4.720
Möhre	411	405	389,8	374,1

Quelle: Aus dem Spanischen aus MAPA (2019)

5. Einfuhr

„Spanien ist der Obst-und Gemüsegarten Europas“ (España es la huerta de Europa) ist ein geflügeltes Wort, mit dem die Position des Landes als einer der wichtigsten, wenn nicht der wichtigste Lieferant dieser Produkte im europäischen Markt illustriert wird. Die gesamten Ausfuhren des Landes beliefen sich 2018 auf 8.241 Mio. €.²⁷

Auf die drei wichtigsten Abnehmerländer (Deutschland, Frankreich und Großbritannien) allein entfielen 90,9 % der Gesamtausfuhren Spaniens an frischem Obst und Gemüse. Deutschland war mit 2.021. Mio. € das wichtigste Abnehmerland für Obst und mit 1.411 Mio. € für Gemüse, gefolgt von Frankreich (1.453 Mio. € bei Obst und 847 Mio. € bei Gemüse) und Großbritannien (971 Mio. € bei Obst und 796 Mio. € bei Gemüse). Demgegenüber liegen die Werte der spanischen Einfuhren von Obst und Gemüse deutlich darunter und konzentrieren sich auf einige wenige Produkte.

Eine Gesamtübersicht ergibt sich aus den nachfolgenden Tabellen:

Tabelle 15: Obstimporte aufgeteilt nach Obstarten

Obstart	Tonnen (EU)	Tonnen (nicht-EU)	Tonnen (gesamt)	Euro (EU)	Euro (nicht-EU)	Euro (Gesamt)
Ananas	17.803	161.013	178.816	12.015.064	110.253.556	122.268.620
Apfel	146.525	20.551	167.076	121.183.370	25.799.928	146.983.298
Aprikose	1.036	77	1.113	391.965	123.328	515.293
Avocado	9.143	120.244	129.387	16.597.831	220.699.073	237.296.904
Banane	46.128	319.194	365.322	18.314.557	171.901.412	190.215.969
Birne	34.204	9.165	43.369	26.359.859	12.172.861	38.532.720
Blaubeere	1.626	16.201	17.827	5.171.570	100.473.341	105.644.911
Brombeere	287	845	1.132	1.632.520	6.305.613	7.938.133
Erdbeere	3.254	11.807	15.061	6.762.457	31.371.535	38.133.992
Feige	342	71	413	542.138	274.433	816.571

²⁷ Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2018): La Balanza Comercial Agroalimentaria en 2017. www.comercio.gob.es

5. Einfuhr

Obstart	Tonnen (EU)	Tonnen (nicht-EU)	Tonnen (gesamt)	Euro (EU)	Euro (nicht-EU)	Euro (Gesamt)
Grapefruit	4.826	5.428	10.254	4.008.154	3.936.383	7.944.537
Himbeere	3.650	19.748	23.398	16.320.331	146.511.006	162.831.337
Johannisbeere	421	120	541	3.047.101	291.441	3.338.542
Khaki	1.296	89	1.385	1.195.071	94.497	1.289.568
Kirsche	197	978	1.175	319.642	5.448.384	5.768.026
Kiwi	121.275	61.217	182.492	95.967.503	96.410.377	192.377.880
Mandarine	18.560	9.957	28.517	16.501.147	9.264.486	25.765.633
Mango	2.526	50.961	53.487	3.581.049	81.696.034	85.277.083
Melone	11.861	168.832	180.693	6.936.559	106.592.811	113.529.370
Nektarine	3.683	1.090	4.773	1.130.498	2.147.011	3.277.509
Orange	67.547	107.621	175.168	51.056.572	67.860.330	118.916.902
Pfirsich	8.996	632	9.628	2.859.017	1.193.042	4.052.059
Pflaume	2.668	5.397	8.065	3.192.893	8.857.689	12.050.582
Traube	32.680	27.878	60.558	28.516.454	55.805.355	84.321.809
Zitrone	13.113	83.739	96.852	18.311.428	104.644.004	122.955.432
Sonstige Früchte	35.797	55.449	91.246	27.222.713	91.430.743	118.653.456
Gesamt	589.444	1.258.304	1.847.748	489.137.463	1.461.558.673	1.950.696.136

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

5. Einfuhr

Tabelle 16: Gemüseimporte aufgeteilt nach Gemüsearten

Gemüseart	Tonnen (EU)	Tonnen (nicht-EU)	Tonnen (gesamt)	Euro (EU)	Euro (nicht-EU)	Euro (Gesamt)
Artischocke	41	497	538	100.289	661.018	761.307
Aubergine	413	95	508	357.674	97.376	455.050
Bohne	55.167	88.599	143.766	16.824.152	157.967.120	174.791.272
Chicorée	4.060	136	4.196	3.778.542	118.602	3.897.144
Erbse	1.150	275	1.425	313.459	516.528	829.987
Gurke	898	6.791	7.689	770.420	4.317.847	5.088.267
Kartoffel	800.081	17.515	817.596	202.628.631	6.768.921	209.397.552
Knoblauch	2.060	857	2.917	3.866.659	974.167	4.840.826
Kohl	22.669	378	23.047	12.166.971	314.922	12.481.893
Kopfsalat	18.336	313	18.649	26.772.063	647.255	27.419.318
Kürbis	4.465	6.999	11.464	2.304.618	3.369.645	5.674.263
Lauch	21.249	1.254	22.503	15.677.637	2.743.683	18.421.320
Mangold	121	30	151	77.682	44.638	122.320
Möhre/Rübe	18.226	1.928	20.154	6.529.633	861.584	7.391.217
Paprika	4.635	52.797	57.432	5.768.208	54.270.662	60.038.870
Sellerie	470	62	532	192.127	9.137	201.264
Spargel	765	13.225	13.990	2.258.401	49.339.915	51.598.316
Spinat	950	9	959	1.421.673	27.227	1.448.900
Tomate	92.648	64.554	157.202	62.984.690	60.507.288	123.491.978
Zucchini	2.335	16.381	18.716	1.756.443	10.272.424	12.028.867
Zuckermais	4.708	2.280	6.988	1.128.394	1.623.278	2.751.672
Zwiebel	44.279	43.092	87.371	12.069.861	19.933.835	32.003.696

5. Einfuhr

Gemüse- art	Tonnen (EU)	Tonnen (nicht-EU)	Tonnen (gesamt)	Euro (EU)	Euro (nicht-EU)	Euro (Ge- samt)
Sonstiges Gemüse	27.960	13.453	41.413	31.318.754	19.986.909	51.305.663
Gesamt	1.127.686	331.520	1.459.206	411.066.981	395.373.981	806.440.962

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

5.1 Mengen und Werte der wichtigsten Lieferländer (EU) und Produkte

Wie zu erwarten, stimmen die Werte der spanischen Außenhandelsstatistik mit denen der deutschen in vielen Fällen nicht überein. Abgesehen von unterschiedlichen Erhebungskonzepten und den üblichen Anmeldefehlern der Auskunftpflichtigen dürften insbesondere der Dreieckshandel und indirekte Einfuhren die Gründe hierfür sein. Hinzu kommen vermutlich unterschiedliche Handhabungen bei der Warenklassifizierung.

Im Rahmen dieser Darstellung geht es in erster Linie um die Identifizierung von Potentialen (Nischen) für die deutsche Exportwirtschaft in den Sektoren Obst und Gemüse im spanischen Markt. Deshalb werden für die nachfolgende Darstellung der Einfuhrsituation nur die „spanischen“ Daten herangezogen, die auf Informationen des Verbandes der Obst- und Gemüseexporteure FEPEX (Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas) und mittelbar der Generaldirektion für Zölle beruhen.²⁸

5.1.1 Obst

Die Liste der Importprodukte Spaniens und der entsprechenden Lieferländer aus der EU weist 26 Positionen auf, einschließlich der Sammelposition „Sonstige Früchte“, zu der naturgemäß keine Auswertungen erfolgen können.

Auf dem ersten Platz rangiert hier Portugal mit Ausfuhren nach Spanien im Wert von 120,6 Mio. €. Das Land nimmt bei sechs Positionen der Liste den vordersten Platz ein. Wichtigste Arten sind Orangen (37,1 Mio. €), Himbeeren (12,9 Mio. €) sowie Mandarinen (10,6 Mio. €). Zweitwichtigster Lieferant Spaniens bei Obst ist Frankreich mit einem Gesamtwert von 106,2 Mio. €, wobei Äpfel (56,1 Mio. €), Bananen (13,6 Mio. €) und Orangen (5,1 Mio. €) die vorderen Positionen einnehmen. Drittwichtigstes Lieferland Spaniens bei Obst ist Italien mit Lieferungen im Gesamtwert von 99,9 Mio. €. Wichtigste Produkte sind Äpfel (37,8 Mio. €), Kiwi (30,9 Mio. €) und Trauben (16,6 Mio. €).

²⁸ FEPEX (2019): Exportación/ Importación españolas de frutas y hortalizas. www.fepex.es

5. Einfuhr

Eine vollständige Übersicht über die Hauptlieferländer und -mengen der wichtigsten Produkte im Bereich „Obst“ gibt die nachfolgende Tabelle:

Tabelle 17: Haupteinfuhrländer nach Obstarten

Obstart	Rang 1	Wert in Euro	Rang 2	Wert in Euro	Rang 3	Wert in Euro
Ananas	Portugal	6.909.057	Niederlande	2.634.742	Italien	1.037.924
Apfel	Frankreich	56.127.843	Italien	37.832.703	Portugal	11.774.549
Aprikose	Frankreich	219.815	Niederlande	93.913	Italien	42.880
Avocado	Niederlande	7.066.708	Portugal	3.238.569	Frankreich	2.281.547
Banane	Frankreich	13.623.744	Portugal	2.563.794	Niederlande	1.307.256
Birne	Belgien	11.329.469	Niederlande	8.862.273	Portugal	5.165.327
Blaubeere	Niederlande	1.855.436	Portugal	1.686.719	Deutschland	866.375
Brombeere	Portugal	1.142.050	Deutschland	193.723	Niederlande	159.642
Erdbeere	Portugal	2.532.197	Belgien	1.634.321	Niederlande	1.456.767
Feige	Italien	430.047	Frankreich	53.116	Deutschland	48.630
Grapefruit	Portugal	1.879.100	Niederlande	1.404.162	Frankreich	409.789
Himbeere	Portugal	12.904.991	Niederlande	1.157.800	Frankreich	818.971
Johannisbeeren	Großbritannien	1.936.907	Niederlande	470.123	Frankreich	316.096
Khaki	Deutschland	787.860	Frankreich	106.349	Niederlande	104.146
Kirsche	Griechenland	117.518	Italien	92.078	Dänemark	27.666
Kiwi	Italien	30.952.017	Belgien	24.128.116	Griechenland	23.293.569
Mandarine	Portugal	10.571.299	Frankreich	2.768.172	Niederlande	1.373.548
Mango	Niederlande	2.143.866	Portugal	803.871	Frankreich	236.042

5. Einfuhr

Obstart	Rang 1	Wert in Euro	Rang 2	Wert in Euro	Rang 3	Wert in Euro
Melone	Niederlande	3.549.125	Frankreich	1.508.733	Italien	926.938
Nektarine	Frankreich	559.524	Niederlande	205.953	Italien	178.061
Orange	Portugal	37.071.293	Niederlande	5.523.734	Frankreich	5.125.035
Pfirsich	Portugal	1.051.374	Frankreich	968.167	Italien	263.125
Pflaume	Niederlande	1.873.631	Italien	633.656	Frankreich	291.135
Traube	Italien	16.593.033	Niederlande	8.724.313	Portugal	1.264.837
Zitrone	Frankreich	7.184.833	Niederlande	5.158.133	Portugal	1.978.096
Sonstige Früchte	Frankreich	10.086.211	Italien	6.357.464	Niederlande	3.660.798
Gesamt	Portugal	120.607.328	Frankreich	106.245.426	Italien	99.950.297

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

5.1.2 Gemüse

Die 23 Positionen (einschließlich Kartoffeln und der Sammelposition „Sonstiges Gemüse“) umfassende Liste der wichtigsten Lieferländer Spaniens aus der EU für Gemüse zeigt eine deutliche Vorrangstellung Frankreichs, das bei 11 der 23 Positionen an erster Stelle steht.

Hierbei stehen Kartoffeln im Vordergrund, die mit Ausfuhren im Wert von 137,5 Mio. € mehr als zwei Drittel der gesamten Lieferungen (202,5 Mio. €) ausmachen. Auf den weiteren Positionen der Lieferungen Frankreichs nach Spanien folgen Bohnen (15,7 Mio. €) und Kopfsalat (11,6 Mio. €).

Zweitwichtigster Lieferant für Gemüse sind die Niederlande mit einem Gesamtwert von 66,8 Mio. € und damit einem deutlichen Abstand zu Frankreich. Wichtigstes Liefergut sind auch hier Kartoffeln mit Ausfuhren im Wert von 22,2 Mio. €, gefolgt von Tomaten (19,6 Mio. €) und Kopfsalat (5,6 Mio. €).

Auf dem 3. Platz der Lieferländer Spaniens für Gemüse ist Portugal mit 58,1 Mio. € zu finden, wobei Tomaten (28,5 Mio. €), Kohl (3,2 Mio. €) und Zwiebeln (2,0 Mio. €) die vorderen Positionen einnehmen. Die Liste der Importprodukte Spaniens und der entsprechenden Lieferländer weist 26 Positionen auf, einschließlich der Sammelposition „Sonstige Früchte“.

5. Einfuhr

Unabhängig von diesem Ranking der drei wichtigsten Lieferländer fallen bei der Einfuhrstatistik Spaniens noch folgende Daten auf: Großbritannien ist mit 29,2 Mio. € ein wichtiger Lieferant von Kartoffeln, ebenso wie Belgien und Griechenland für Kiwi (24,1 Mio. € bzw. 23,3 Mio. €).

Eine vollständige Übersicht über die Hauptlieferländer und -mengen der wichtigsten Produkte im Bereich „Gemüse“ stellt die nachfolgende Tabelle dar:

Tabelle 18: Haupteinfuhrländer nach Gemüsearten

Gemüseart	Rang 1	Wert in Euro	Rang 2	Wert in Euro	Rang 3	Wert in Euro
Artischocke	Frankreich	67.475	Italien	30.782	Portugal	2.032
Aubergine	Frankreich	142.846	Italien	125.913	Deutschland	29.565
Bohne	Frankreich	15.755.815	Belgien	427.408	Portugal	388.170
Chicorée	Niederlande	1.216.943	Italien	1.086.258	Belgien	853.471
Erbse	Niederlande	147.008	Frankreich	129.996	Portugal	25.671
Gurke	Deutschland	213.285	Portugal	139.174	Tschechien	84.051
Kartoffel	Frankreich	137.557.932	Großbritannien	29.159.398	Niederlande	22.229.367
Knoblauch	Frankreich	2.353.097	Portugal	649.988	Großbritannien	448.728
Kohl	Niederlande	3.486.616	Portugal	3.170.461	Frankreich	3.083.436
Kopfsalat	Frankreich	11.634.356	Niederlande	5.593.489	Italien	3.097.254
Kürbis	Portugal	1.728.539	Niederlande	300.969	Frankreich	154.787
Lauch	Belgien	8.027.562	Frankreich	4.669.020	Portugal	1.464.106
Mangold	Belgien	54.791	Deutschland	8.993	Portugal	5.663
Möhre/Rübe	Frankreich	3.156.843	Niederlande	1.052.000	Belgien	886.075
Paprika	Frankreich	3.084.292	Deutschland	845.830	Niederlande	583.942
Sellerie	Niederlande	100.607	Belgien	51.031	Frankreich	31.842

5. Einfuhr

Gemüseart	Rang 1	Wert in Euro	Rang 2	Wert in Euro	Rang 3	Wert in Euro
Spargel	Deutschland	888.628	Portugal	815.861	Niederlande	316.671
Spinat	Italien	397.042	Frankreich	371.208	Portugal	361.787
Tomate	Portugal	28.497.573	Niederlande	19.605.191	Frankreich	6.654.475
Zucchini	Frankreich	1.117.341	Portugal	373.078	Italien	85.575
Zuckermais	Frankreich	877.855	Portugal	215.240	Großbritannien	25.003
Zwiebel	Niederlande	5.374.255	Frankreich	3.242.338	Portugal	2.014.810
Sonstiges Gemüse	Frankreich	7.711.508	Portugal	7.520.572	Niederlande	5.051.184
Gesamt	Frankreich	202.538.466	Niederlande	66.839.437	Portugal	58.111.441

Quelle: Aus dem Spanischen aus Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)

5.1.3 Position Deutschlands als Lieferland

Hinter den zuvor dargestellten wichtigsten Lieferländern Spaniens für Obst und Gemüse nimmt Deutschland naturgemäß nachrangige Positionen ein.²⁹

Im Bereich Obst rangiert Deutschland nur bei einem Produkt, nämlich Kaki, als wichtigstes Lieferland, mit einem Wert von 787 Tsd. €. Ganz offensichtlich handelt es sich hier um Drittlandgeschäfte. Bei Brombeeren nimmt Deutschland hinter Portugal mit einem Ausfuhrwert von 194 Tsd. € den zweiten Platz ein. Jeweils dritte Plätze belegt Deutschland als Lieferant Spaniens bei Blaubeeren (866 Tsd. €) und Feigen (48 Tsd. €), letzterer wahrscheinlich wiederum in Form von Drittlandgeschäften.

Potenziale scheinen jedoch insbesondere im Bereich Gemüse zu bestehen. Die deutsche Außenhandelsstatistik weist hierzu für folgende Produkte Ausfuhrwerte von jeweils über 1 Mio. € aus:

Äpfel und Birnen: 2,007 Mio. €
Kartoffeln: 1,695 Mio. €
Zwiebeln: 1,756 Mio. €

²⁹ Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019): a. a. O.

5. Einfuhr

Aussagekräftiger sind die Statistiken des Obst- und Gemüsegroßmarktes Barcelona (Mercabarna).³⁰ Sie erfassen zwar nur die über die dort ansässigen Großhändler aus Deutschland eingeführten Produkte. Für den Gesamtwert der Einkäufe aus Deutschland wären die Daten aus den übrigen 22 Obst- und Gemüsegroßmärkten Spaniens hinzuzurechnen. Deren Internetauftritt lässt jedoch die Erfassung dieser Daten nicht zu. Die Werte für Barcelona sind aber als Indiz dafür zu werten, bei welchen Produkten möglicherweise Potenziale für die Ausweitung des Absatzes vorliegen könnten.

Im Einzelnen handelt es sich dabei um folgende Produkte (Einfuhren aus Deutschland über den Obst- und Gemüsegroßmarkt Barcelona, jeweils über 100 t):

Süßkartoffeln:	103 t,
Zwiebeln:	832 t,
Kohl:	165 t,
Blumenkohl:	270 t,
Kopfsalat:	252 t,
Radieschen:	2.604 t.

5.1.4. Logistik

Für die Position Deutschlands im Wettbewerb mit anderen Lieferländern Spaniens spielen die Logistik und insbesondere die Transportkosten eine wichtige Rolle.

Am Beispiel der Produkte Kartoffeln und Äpfel werden in den folgenden Tabellen die einschlägigen Daten im Vergleich zu den Hauptlieferländern Frankreich und Italien dargestellt. Bei dieser Erhebung kann es sich nur um ein punktuelles Bild handeln. Weniger als die absoluten Werte bei den Transportkosten, die von Unternehmen zu Unternehmen und auch im Jahresverlauf unterschiedlich sein dürften, sind die prozentualen Unterschiede wegen der Länge der Transportwege von den Erzeugern bis zu den Absatzmärkten für die preisliche Wettbewerbsposition der deutschen Erzeuger von Interesse. Daneben ist zu berücksichtigen, dass der Transportkostenanteil je nach spezifischem Warenwert von unterschiedlicher Bedeutung ist, m. a. W. ist er für das Produkt „Kartoffel“ wichtiger als für Beerenfrüchte.

Grundlage der Berechnungen sind Transporte im Kühl- /Frigo-LKW mit folgenden Abmessungen: 13,60 m (L)/2,48 m (B)/2,60-2,70 m (H), 33 Europaletten, 23 t. Für Kartoffeln wurden als wichtige Anbaugebiete in Deutschland Niedersachsen und für Frankreich Hauts-de-France exemplarisch ausgewählt.

³⁰ Mercabarna (2019): Estadísticas de productos. www.mercabarna.es

5. Einfuhr

Tabelle 19: Transportkosten Kartoffeln

Strecke	Transportkosten in Euro
Niedersachsen (Hannover) – Madrid	2.460,00
Niedersachsen (Hannover) – Barcelona	1.990,00
Hauts-de-France (Lille) – Madrid	1.850,00
Hauts-de-France (Lille) – Barcelona	1.580,00

Quelle: Eigene Darstellung nach eigenen Erhebung bei Transalliance, S. L. (2019)

Im Ergebnis liegen demnach die Kosten für Transporte von Hannover nach Madrid bzw. nach Barcelona um 26 % bzw. 32 % höher als solche von Lille in diese Städte.

Für Äpfel wurden als wichtige Anbauggebiete in Deutschland das Alte Land bzw. die Bodenseeregion und für Italien Südtirol ausgewählt.

Tabelle 20: Transportkosten Äpfel

Strecke	Transportkosten in Euro
Altes Land (Hamburg) – Madrid	2.622,00
Altes Land (Hamburg) – Barcelona	2.156,00
Bodenseeregion (Lindau) – Madrid	2.190,00
Bodenseeregion (Lindau) – Barcelona	1.462,00
Südtirol (Meran) – Madrid	2.287,00
Südtirol (Meran) – Barcelona	1.567,00

Quelle: Eigene Darstellung nach eigenen Erhebung bei Transalliance, S. L. (2019)

Im Ergebnis liegen demnach die Kosten für Transporte von Hamburg nach Madrid bzw. nach Barcelona um 13 % bzw. 27 % höher als solche aus Südtirol in diese Städte. Die Kosten für Transporte aus der Bodenseeregion nach Madrid liegen um ca. 13 % über denen aus Südtirol in diese Stadt. Der Unterschied zwischen den Transportkosten aus der Bodenseeregion nach Barcelona gegenüber denen aus Südtirol nach Barcelona ist gering.

5.2 Gesetzliche Regelungen zur Einfuhr

Bei Warenbewegungen zwischen Deutschland und Spanien handelt es sich nicht um Importe und Exporte im eigentlichen Sinne, sondern um innergemeinschaftlichen Warenverkehr. Eine Verzollung findet nicht statt. Auch bestehen in Spanien für Lieferungen von Obst und Gemüse aus Deutschland inzwischen keine speziellen Genehmigungs- oder Registrierungserfordernisse mehr.³¹

Allerdings sind die umsatzsteuerlichen Anforderungen zu erfüllen (Nachweise für die Steuerfreiheit). Hierzu gehören namentlich der Belegnachweis (Doppel der Rechnung), und der Buchnachweis. Auch ist die Unternehmereigenschaft des Abnehmers nachzuweisen (gültige Umsatzsteuer-Identifikationsnummer). Unter deren Vorlage hat der deutsche Lieferant den Umsatz in der „Zusammenfassenden Meldung“ dem Bundeszentralamt für Steuern zu melden.

5.3 Warenpräsentation und -auszeichnung

Die einschlägige spanische Vorschrift (Dekret 888/88) enthält für offene Behältnisse für Obst und Gemüse folgende Vorgaben:

- Behältnisse aus Holz, Karton oder Polystyren und Materialien, die nach Gebrauch nicht korrekt gereinigt und desinfiziert werden können, sind von einer Wiederverwendung ausgeschlossen.
- Die Beschaffenheit der Behältnisse muss den Kontakt der Produkte mit dem Umfeld ausschließen.
- Die Behältnisse haben folgende Angaben zu enthalten: Gewicht im Leerzustand und die Hinweise „nicht zur Wiederverwendung“ (no reutilizable) sowie „zur Verwendung für Lebensmittel“ (para uso alimentario).
- Die Behältnisse sind im Boden mit einem Papier- oder Kunststofffilm auszustatten, der den direkten Kontakt mit dem Boden verhindert.

Für die Etikettierung von frischem Obst und Gemüse ist die Verordnung VO (EU) 1308/2013 einschließlich weiterer Modifizierungen einschlägig. Für die Etikettierung von offenen Behältnissen gelten für eine Gruppe von Produkten (u. a. Äpfel, Salat, Birnen, Tafeltrauben) spezielle Vermarktungsnormen und damit auch spezielle Regelungen für die Etikettierung.

³¹ Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2019): Régimen de importación de frutas y hortalizas. www.comercio.gob.es

5. Einfuhr

Sie hat folgende Angaben zu enthalten:

- Bezeichnung des Produktes,
- Name der Sorte,
- Menge,
- Komplette Angaben zum Erzeuger, Großhändler oder Verpacker,
- Herkunftsland,
- Partie mit Angaben zum Datum der Verpackung, die die Rückverfolgung des Produkts hin zum Erzeuger ermöglichen.



Abbildung 5: Muster in Spanien gängiger Etikettierungen

Quelle: Eigene Erhebung (2019)

5.4 Vertriebswege

Die Struktur der Vertriebswege für Obst und Gemüse in Spanien ist komplex.³² Gründe hierfür sind die Atomisierung auf der Erzeugerseite, die schnelle Verderblichkeit der meisten Produkte, der fragmentierte rechtliche und administrative Rahmen des Sektors und dessen Geschichte.³³

5.4.1 Erzeuger

Die Erzeuger von Obst und Gemüse in Spanien sind in der Mehrheit in Kooperativen (Sociedad Cooperativa) oder in Agrargesellschaften (Sociedad Agraria de Transformación, SAT) zusammengeschlossen. Erstere koordinieren die zentrale Beschaffung von Produktionsmitteln und vertreiben die Erzeugnisse ihrer Mitglieder, entweder im Rohzustand oder

³² Mercasa (2019): a. a. O.

³³ Mercasa (2019): a. a. O.

5. Einfuhr

nach Verarbeitung. Die Agrargesellschaften sind eine Zwischenstufe zwischen den Kooperativen und den Handelsgesellschaften. Ihre Aufgaben gleichen denen der Kooperativen.

Eine weitere Form ist die der Erzeugergemeinschaften von Obst und Gemüse (Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas, OPFH), die oft die vorgenannten Kooperationsformen als ihre Mitglieder betreuen. Sie unterstützen bei der Planung der Produktion, bei der Rentabilisierung der Erzeugerkosten, der Konzentration des Angebots und bei der Schaffung von Mehrwert für die Produkte.

Unabhängig von den Kooperativen und Agrargesellschaften treten größere Erzeuger auch im Direktverkauf an Handelsketten oder Zwischenhändler auf, zum Teil auch über Versteigerungen (subastas).

5.4.2 „Obst- und Gemüsezentralen“ (Centrales Hortofrutícolas)

Hier handelt es sich um Organisationen, die die Auslese, Verpackung und Kommerzialisierung der Produkte übernehmen.

5.4.3 Einkaufszentralen (Centrales de Compra)

Diese befassen sich mit der Beschaffung von Produkten des Obst- und Gemüsesektors im Auftrag ihrer Muttergesellschaften. Erstes Unternehmen dieser Art in Spanien war das 1987 gegründete Unternehmen Socomo als Einkäufer für die Gruppe Carrefour.

Inzwischen existiert eine Reihe weitere Unternehmen dieses Zuschnitts, im Wesentlichen tätig für französische und deutsche Supermarktketten (Edeka Fruchtkontor, Coop Trading, Iberiana Frucht, Tengelmann Fruta España, Zenalco).

5.4.4 Obst- und Gemüsegroßhandel (Mayoristas en Destino)

In diese Gruppe fallen insbesondere die 23 Obst- und Gemüsegroßmärkte, die es in jeder spanischen Großstadt gibt und die auf einer Fläche von ca. 7 Mio. m² 3.650 Unternehmen Platz bieten. Von ihnen sind 2.200 direkt im Obst- und Gemüse-, Fleisch- und Fischgroßhandel tätig. Sie stellen die traditionelle Form des Großhandels mit diesen Produkten dar, haben allerdings über die Jahre hinweg gegenüber den Super- und Hypermärkten leicht an Bedeutung verloren.

5.4.5 Obst- und Gemüse Einzelhandel (Detallistas)

In diesem Bereich existieren verschiedene Formate. Unter „Supermercado“ (zu Deutsch: Supermarkt) wird ein oft im Ortskern angesiedeltes Einzelhandelsformat verstanden. Es vertreibt

5. Einfuhr

hauptsächlich Konsumgüter wie Lebens-, Reinigungs- und Körperpflegemittel. Die Preise sind in der Regel niedrig. „Supermercados“ sind zwischen 400 m² und 500 m² groß. Mercadona und Día sind Beispiele für dieses Einzelhandelsformat in Spanien.³⁴

„Hipermercados“ (zu Deutsch: Hypermarkt) sind Einzelhandelsformate auf Flächen von über 2.500 m² mit einem äußerst vielseitigen Produktsortiment. Neben Lebensmitteln werden u. a. Textilprodukte, Drogerie- sowie Schreibwaren angeboten. Unternehmen dieses Formats sind in der Regel außerhalb der Stadt angesiedelt und mit dem Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen. Carrefour, Wal-Mart, Tesco und Eroski sind Beispiele für „Hipermercados“ in Spanien.³⁵

Eine Übersicht über die beiden letztgenannten Vertriebsformate gibt die nachfolgende Tabelle:

Tabelle 21: Verteilung der Hyper- und Supermärkte in Spanien

Vertriebsformat	Anzahl	Gesamtfläche		Gesamtfläche des Bereichs für Lebensmittel (*)	
		m ²	%	m ²	%
Hypermärkte	457	1.811.975	13,3	905.988	8,8
• Kleine Hypermärkte	309	357.113	2,6	178.557	1,7
• Große Hypermärkte	148	1.454.862	10,7	727.431	7,0
Supermärkte	22.377	11.769.525	86,7	9.415.620	91,2
• Bis 399 m ²	12.289	2.283.775	16,8	1.827.020	17,7
• 400 m ² bis 999 m ²	5.978	3.799.384	28,0	3.039.507	29,4
• Mehr als 1000 m ²	4.110	5.686.366	41,9	4.549.093	44,1
Gesamt	22.834	13.581.500	100,0	10.321.608	100,0

(*) Es wurde die Fläche betrachtet, auf welcher im jeweiligen Vertriebsformat Lebensmittel und Getränke ausgestellt werden (Hypermärkte 50 %, Supermärkte 80%).

Quelle: Aus dem Spanischen aus Mercasa (2019)

³⁴ IDEAS – Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria (2006): La gran distribución: supermercados, hipermercados y cadenas de descuento, S.14.
www.comerciojusto.org

³⁵ IDEAS- a. a. O., S. 15.

5. Einfuhr

„Supermercados de Descuento“ (zu Deutsch: Discounter) vertreiben Lebensmittel und Drogeriewaren und zeichnen sich durch ein begrenztes Sortiment, den starken Fokus auf Eigenmarken, eine dauerhafte Niedrigpreispolitik sowie eine systematische Preiskontrolle aus. Sie befinden sich entweder im Stadtzentrum oder am Stadtrand, bei letzterem häufig mit eigenen Parkmöglichkeiten. Um niedrige Preise anbieten zu können, gehören Discounter zu großen Handelsketten und verfügen über eigene Einkaufsorganisationen. Die Produkte werden in der Originalverpackung und teilweise noch auf Lagerpaletten ausgestellt, um Lagerungs- und Umschlagskosten zu reduzieren. Um Personalkosten zu senken, wird der Personaleinsatz durch eine strikte Selbstbedienung und eine vielseitige Mitarbeiterausbildung minimiert.³⁶ Auf den Kunden entfallen Produktsuche, Produktvergleich und finale Produktwahl.³⁷ Allgemeine Betriebskosten werden streng überwacht. ALDI und LIDL sind Beispiele für dieses Einzelhandelsformat in Spanien.

„Comercio Electrónico/E-Commerce“ (zu Deutsch: E-Commerce“) beschreibt den Handelsaustausch von Gütern und Dienstleistungen, der über das Internet abgewickelt wird.³⁸

Unter „Tienda Tradicional“ (zu Deutsch: Traditioneller Einzelhandel) wird ein meist familiengeführtes Einzelhandelsunternehmen verstanden. Es zeichnet sich durch ein begrenztes Produktsortiment und einen Basis-Service aus. Die Produkte werden an Ladentheken ausgestellt, um das Interesse des Kunden zu wecken.³⁹

Dieses Einzelhandelsformat ist entweder als individuelles Ladengeschäft anzutreffen oder aber integriert in die sogenannten „Merdados Municipales“, städtische Markthallen, die in jeder größeren oder mittleren Stadt in Spanien in verschiedenen Stadtteilen anzutreffen sind. Es finden sich dort Angebote für Fleisch- und Wurstwaren, Fisch und Meeresfrüchte und auch, meist bei mehreren festen Ständen, von Obst und Gemüse.

³⁶ IDEAS- a. a. O. S. 14f.

³⁷ Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales (2015): Coexistencia de los formatos tradicional y autoservicio en el comercio al detal, S. 112. www.redalyc.org

³⁸ Lourenço, Helena Ramalhinho (2005): E-Logística, S. 2. www.econ.upf.edu

³⁹ Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales, a. a. O

6. Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit

6.1 Rechtlicher Rahmen

Als Mitglied der Europäischen Union seit dem 1. Januar 1986 unterliegt Spanien deren Rechtsrahmen und damit auch den einschlägigen Bestimmungen für Lebensmittelsicherheit und Qualitätssicherung im Allgemeinen.

Zu diesem Thema ist folgende Struktur zu berücksichtigen:

Zum einen geht es um die Lebensmittelsicherheit.

Hintergrund ist hier die Verpflichtung aller Mitgliedsstaaten der EU, einen „Nationalen Plan zur offiziellen Kontrolle im Lebens- und Futtermittelbereich“ in Kraft zu setzen. Rechtsgrundlage hierfür war bisher die Verordnung VO (EG) Nr. 882/2004. Diese ist inzwischen abgelöst durch die neue EU-Kontrollverordnung VO (EU) 625/2017, die überwiegend ab dem 14. Dezember 2019 gilt.

Diese Verpflichtung hat Spanien durch den „Nationalen Plan Offizieller Kontrollen im Lebensmittelbereich“ (Plan Nacional de Control Oficial de la Cadena Alimentaria) umgesetzt, der in seiner dritten Fassung im Dezember 2015 in Kraft getreten ist. Als Ergebnis der verfassungsrechtlichen Zuweisung der Kompetenzen in diesem Bereich an die Autonomen Gemeinschaften kommt dem Zentralstaat hier nur eine koordinierende Funktion zu. Für die Erzeugerebenen ist insoweit das Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung (MAPA) zuständig. Auf den weiteren Stufen bis hin zum Endverbraucher fällt die (limitierte) Zuständigkeit in den Bereich des Ministeriums für Gesundheit, Konsum und Soziale Wohlfahrt (MSCBS).

Angesichts der Bedeutung, die der Bereich „Obst und Gemüse“ für die Wirtschaft des Landes, insbesondere für seine Handelsbilanz hat, ist es nicht überraschend, dass die gesetzlichen Vorgaben, insbesondere auch, was die Kontrollmechanismen betrifft, professionell umgesetzt werden. Aus dem Sektor wird berichtet, dass die europaweit dichteste Ansammlung von Prüflaboren für Obst und Gemüse in den wichtigsten Anbaugebieten Spaniens zu finden ist. Auch betreiben die Großmärkte, in denen der spanische Obst- und Gemüsegroßhandel angesiedelt ist, eigene Systeme der Qualitätssicherung und Kontrolle. Hier werden zweimal jährlich Inspektionen und punktuell monatlich Analysen zur Kontrolle von Pestiziden durchgeführt, z. T. auch ohne Vorankündigung. Besonderes Gewicht wird hierbei auf die Wasserqualität und die Rückverfolgbarkeit („tracking“) von Düngemitteln und Pestiziden gelegt.

6. Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit

Inhaltlich geht es im Wesentlichen um drei Themen:

- Kontrollen über Höchstgrenzen von Resten von Pflanzenschutzmitteln,
- Chemische Kontrollen von Höchstgrenzen bestimmter Kontaminanten in Lebensmitteln,
- Mikrobiologische Kontrollen (z. B. Salmonellen).

Für den Bereich „Qualität“ gilt folgendes:

Im Mittelpunkt steht die Durchführungsverordnung (EU). 543/2011 der Kommission vom 7. Juni 2011 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 des Rates für die Sektoren Obst und Gemüse und für Verarbeitungserzeugnisse aus Obst und Gemüse.

Konkrete Vorgaben zu den Qualitätsanforderungen an Obst und Gemüse gibt die „Allgemeine Vermarktungsnorm“ als Anhang I Teil A der vorgenannten Verordnung. Hier werden in genereller Form für sämtliche Obst- und Gemüsearten Vorgaben zu Mindesteigenschaften, Mindestreifeanforderungen, Toleranzen sowie zur Kennzeichnung bezüglich Identifizierung und Ursprung aufgestellt.

Darüber hinaus bestehen spezielle, wesentlich ausführlichere Vermarktungsnormen für folgende Obst- und Gemüsearten: Äpfel, Zitrusfrüchte, Kiwis, Salat, Pfirsiche und Nektarinen, Birnen, Erdbeeren, Paprika, Tischtrauben und Tomaten.

Diese Vermarktungsnormen gelten auch für die deutschen Erzeuger im einheimischen Markt. Deshalb wird vorausgesetzt, dass ihre Inhalte dort bekannt sind, und von ihrer Wiedergabe im Einzelnen an dieser Stelle abgesehen.

Neben diesen allgemeinen und speziellen Vermarktungsnormen ist eine Reihe weiterer Vorschriften einschlägig, ebenfalls auf der Grundlage von Verordnungen der EU:

- Verordnung (EG) Nr. 396/2005 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. Februar 2005 über Höchstgehalte an Pestizidrückständen in oder auf Lebens- und Futtermitteln pflanzlichen und tierischen Ursprungs und zur Änderung der Richtlinie 91/414/EWG Verordnung (EG) Nr. 1881/2006 der Kommission vom 19. Dezember 2006 zur Festsetzung der Höchstgehalte für bestimmte Kontaminanten in Lebensmitteln.
- Verordnung (EG) Nr. 2073/2005 der Kommission vom 15. November 2005 über mikrobiologische Kriterien für Lebensmittel.

Auch insoweit kann davon ausgegangen werden, dass diese Vorschriften den deutschen Obst- und Gemüseerzeugern bekannt sind und von ihnen angewendet werden.

Im Folgenden werden deshalb die für Spanien landesspezifischen „freiwilligen“ Qualitätssicherungsmaßnahmen angesprochen.

6.2 Private Qualitätssicherung

Wie in Deutschland auch, sind in Spanien verschiedene Systeme zur „freiwilligen“ Sicherung der Qualität im Sektor Obst und Gemüse implementiert worden.

6.2.1 GLOBALG.A.P.

Neben den allgemeinen Qualitätssicherungssystemen ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000 und FSSC 22000 ist im Bereich Landwirtschaft in Spanien seit Mitte des letzten Jahrzehnts das System GLOBALG.A.P. bei den meisten Unternehmen des Obst- und Gemüseanbaus zum Standard geworden, soweit sie ihre Produkte im einheimischen Markt und in anderen europäischen Märkten platzieren wollen. GLOBALG.A.P. ist in Spanien Marktführer unter den verschiedenen Anbietern von Qualitätssicherungssystemen und -kontrollen.

Die Einhaltung dieses Systems und die entsprechenden Zertifizierungen werden inzwischen von den meisten spanischen Gruppen des Einzelhandels verlangt, insbesondere von den Hypermarkt- und Supermarktketten. Demgegenüber fordern der traditionelle Einzelhandel und die Obst- und Gemüsegroßmärkte diese Standards normalerweise nicht ein.

6.2.2. QS

Daneben existiert in Spanien auch die Norm QS, die in Deutschland im Jahr 2001 in Reaktion auf die Krise im Rindfleischsektor zunächst für Fleisch eingeführt und dann 2004 auf den Sektor Obst und Gemüse (inkl. Kartoffeln) erweitert wurde. Mit dem System QS werden im Bereich Lebensmittel alle Phasen der Produktion, Verarbeitung und Verpackung sowie Vertrieb der Produkte bis zum Verkauf, durch Kontrollen gesichert.

QS wird vornehmlich seitens der deutschen Supermarktketten EDEKA, Tengelmann und Rewe gegenüber ihren Lieferanten zur Vorgabe gemacht. Deshalb ist der deutlich größere Anteil der Teilnehmer auf Erzeugerseite (60 %) deutschen Ursprungs. An zweiter Stelle stehen belgische Erzeuger, spanische nehmen bei den Erzeugern mit 687 und beim Großhandel mit 83 Unternehmen immerhin den vierten Platz ein.

6. Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit

Die Präsenz des Systems QS in europäischen Märkten ist aus folgender Tabelle ersichtlich:

Tabelle 22: Systemkette Obst, Gemüse, Kartoffeln (Lieferberechtigte Betriebe)

Lieferberechtigte Betriebe	Erzeugung Obst, Gemüse	Erzeugung Kartoffeln	Großhandel
Deutschland	5.484	3.501	575
Andere Länder, u.a.	5.053	120	282
Belgien	1.890	1	23
Niederlande	1.365	78	102
Spanien	674	13	83
Österreich	633	19	18
Italien	339	7	31
Marokko	37		
Frankreich	43		9
Gesamt			15.015

Quelle: QS Qualität und Sicherheit (2019)

QS wurde 2013 durch das Modul „Working and Social Conditions“ erweitert, das dem Modul GRASP des Qualitätssicherungssystems GLOBAL G.A.P entspricht.

Insgesamt ist zwischen den Systemen QS und GLOBALG.A.P. eine gegenseitige Anerkennung vereinbart worden.

6.3 Zertifizierungen im Bereich Bio

Im Bereich der Bioprodukte existieren sowohl staatliche Vorgaben als auch Systeme staatlicher sowie privater Kontrollen und Zertifizierungen.⁴⁰

Auf der Grundlage der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates vom 28. Juni 2007 über die Produktion und Kennzeichnung von ökologischen Erzeugnissen sind die Mitgliedsländer gehalten, Verfahren zur Kontrolle und Zertifizierung ökologischer Erzeugnisse einzurichten.

⁴⁰ Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2018): Informe Anual 2018. Plan Nacional de Control Oficial de la Cadena Alimentaria 2016-2020. www.mapa.gob.es; Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad: Sistema de control de establecimientos alimentarios y alimentos producidos o comercializado en el mercado intracomunitario con repercusiones en seguridad alimentaria. www.aecosan.msssi.gob.es

6. Qualitätssicherung und Lebensmittelsicherheit

Diese Verordnung ist inzwischen von der Verordnung 2018/848 vom 30. Mai 2018 abgelöst worden, die allerdings erst zum 1. Januar 2021 in Kraft tritt. Eine Kenntnis dieser Rechtsgrundlagen seitens der deutschen Exportwirtschaft im Bereich „Obst und Gemüse“ wird vorausgesetzt, auf deren Erläuterung wird deshalb hier verzichtet.

In Spanien fällt die Zuständigkeit für die Umsetzung der Vorgaben den Autonomen Gemeinschaften zu. Diese können ihrerseits diese Funktion durch eigene (öffentliche) Zertifizierungseinrichtungen („autoridad de control“) wahrnehmen oder sie an private Unternehmen („certificadoras“) delegieren. Letzteres ist insbesondere in den Autonomen Gemeinschaften Andalusien, Aragón und Kastilien-La Mancha erfolgt. Daneben bestehen auch Zertifizierungssysteme von Unternehmergruppen („sistemas participativas de garantía“).

In zentralstaatlicher Zuständigkeit sind nur die Einrichtung und Führung eines Registers ökologischer Erzeuger und Unternehmer („Registro General de Operadores Ecológicos, RGOE“) und die Einrichtung einer Koordinierungsstelle für ökologische Produktion („Mesa de coordinación de la producción ecológica“) verblieben.⁴¹

Vor diesem Hintergrund hat sich in Spanien ein komplexes System von regionalen Zuständigkeiten und Verfahren für die Kontrolle und Zertifizierung entwickelt. Eine Auflistung der einschlägigen behördlichen und privaten Einrichtungen findet sich auf der Webseite Ecoagricultor.⁴²

⁴¹ Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2014): Real Decreto 833/2014. Registro General de Operadores Ecológicos y creación de la Mesa de coordinación de la producción ecológica. www.boe.es

⁴² Ecoagricultor (2019): Organismos de Control y Certificación de la Agricultura Ecológica www.ecoagricultor.com

7. Handlungsempfehlungen zur Belieferung des spanischen Marktes

In dieser Studie ist dargestellt worden, dass der spanische Markt nur für einige wenige Produkte im Bereich Obst und Gemüse größere Potentiale für eine Erweiterung des Absatzes deutscher Erzeuger aufweist. Die Wettbewerbsposition einheimischer, aber auch anderer europäischer Anbieter ist wegen deren traditioneller Präsenz im Markt, wegen geringerer Probleme bei der Kommunikation und wegen niedrigerer Produktions- und Transportkosten deutlich vorteilhafter.

Dennoch könnte es sich für einzelne deutsche Anbieter lohnen, einen näheren Blick auf einzelne Segmente des spanischen Marktes zu werfen. Hierbei könnten folgende Handlungsempfehlungen hilfreich sein:

- Ein Blick auf die Außenhandelsbilanz für Obst und Gemüse zwischen Spanien und Deutschland zeigt, dass Spanien von einer Auswahl der wichtigsten Obst- und Gemüsearten nur bei sechs Produkten höhere Einfuhren als Ausfuhren aufweist (Avocado, Bohnen, Kiwis, Äpfel, Kartoffeln und Bananen). Hiervon dürften, was Lieferungen größeren Umfangs betrifft, nur Äpfel und Kartoffeln als Potenziale infrage kommen. Zu empfehlen wäre, für beide Produkte, im Kontakt mit der Importwirtschaft die Konditionen zur Platzierung deutscher Produkte zu klären.
- Das Beispiel Italiens beim Produkt Äpfel zeigt, dass es mit der Entwicklung und intensiven Positionierung einer eigenen Marke unter Betonung ihrer regionalen Herkunft (Südtirol) gelingen kann, einen festen Platz im spanischen Markt zu gewinnen. Dortige Erzeuger treten mit der Botschaft „Marlene – Tochter der Alpen“ (Marlene – hija de los Alpes) auf, sind in Fachzeitschriften aktiv werblich präsent und pflegen den Kontakt mit ihren Vertriebspartnern, insbesondere dem Großhandel permanent, z. B. durch regelmäßige Einladungen zu Produktpräsentationen vor Ort. Deutschen Erzeugern sind entsprechende Planungen mit mittel- und langfristiger Perspektive anzuraten.
- Neben den genannten Produkten weist die spanische Einfuhrstatistik Importe vergleichsweise geringeren Umfangs bei einer Reihe von Produkten auf, für die sich die vorgenannten Erhebungen und Projekte ebenfalls lohnen könnten. Dies gilt insbesondere für Birnen, Spargel und Tafeltrauben.
- Weiterhin scheint für Beerenfrüchte deutscher Herkunft Interesse zu bestehen. Zwar handelt es sich auch hier um Nischen. Sie können aber im Einzelfall für deutsche Erzeuger von Interesse sein.
- Bei Obst und Gemüsesorten, die nicht über längere Zeit lagerfähig sind bzw. bei denen zwischen Spanien und Deutschland unterschiedliche Erntezeiten bestehen (z. B. Kohl, Brokkoli, Sellerie) haben sich schon bisher Absatzmöglichkeiten im spanischen Markt ergeben. Nach Aussage spanischer Importeure handelte es sich dabei meist um die

7. Handlungsempfehlungen zur Belieferung des spanischen Marktes

Platzierung von Überschüssen. Es wäre zu prüfen, Lieferungen dieser Produkte zu verstetigen.

- Ein positives Ergebnis der Prüfung der preislichen Wettbewerbsfähigkeit vorausgesetzt, wäre nach vorzubereitenden Kontakten mit potenziellen Vertriebspartnern eine Teilnahme an der einschlägigen Fachmesse „Fruit Attraction“ (nächste Veranstaltung 20.-22. Oktober 2020) zu empfehlen, ggf. zunächst als Besucher. Nähere Informationen hierzu unter 9.1.1
- Als vergleichsweise weniger problematischer Ansatz für Aktivitäten zur Markterschließung wird der Kontakt mit dem in den Großmärkten präsenten Großhandel empfohlen. Hier bestehen punktuell schon Erfahrungen mit deutschen Lieferanten, auf denen aufgebaut werden kann.
- Großbritannien ist, wie in dieser Darstellung gezeigt, bei einzelnen Obst- und Gemüsearten (u. a. Äpfel) ein wichtiger Lieferant Spaniens. Als Folge des abzusehenden Austritts des Landes aus der Europäischen Union werden sich die Einfuhrverfahren in Spanien ändern. Eine Belastung britischer Exporte nach Spanien mit Einfuhrabgaben ist zu erwarten. Dies könnte deren preisliche Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen, was umgekehrt eine Verbesserung für deutsche Exporte bedeuten würde. Von daher sollten deutsche Erzeuger für die einschlägigen Produkte die Möglichkeiten zum Aufbau oder zur Erweiterung von Lieferbeziehungen nach Spanien prüfen.

8. Erfolgsfaktoren, Marktzugangshindernisse und Erfahrungen deutscher Lieferanten auf dem spanischen Markt

8. Erfolgsfaktoren, Marktzugangshindernisse und Erfahrungen deutscher Lieferanten auf dem spanischen Markt

Neben den sektorspezifischen Faktoren für den Erfolg im spanischen Markt sind eine Reihe von Aspekten wichtig, die in einer Befragung der Deutschen Handelskammer für Spanien bei einer repräsentativen Auswahl deutscher Unternehmen ermittelt wurden, die im spanischen Markt tätig sind. Zwar liegt das Datum dieser Befragung einige Jahre zurück. Da es sich hierbei aber eher um strukturelle als um konjunkturelle Themen handelt, dürften die Aussagen auch für die hier in Rede stehende Gruppe von Interessenten, deutsche Unternehmen aus dem Bereich Obst und Gemüse, von Interesse sein.

Eine Zusammenfassung der Ergebnisse ist aus folgender Abbildung ersichtlich:

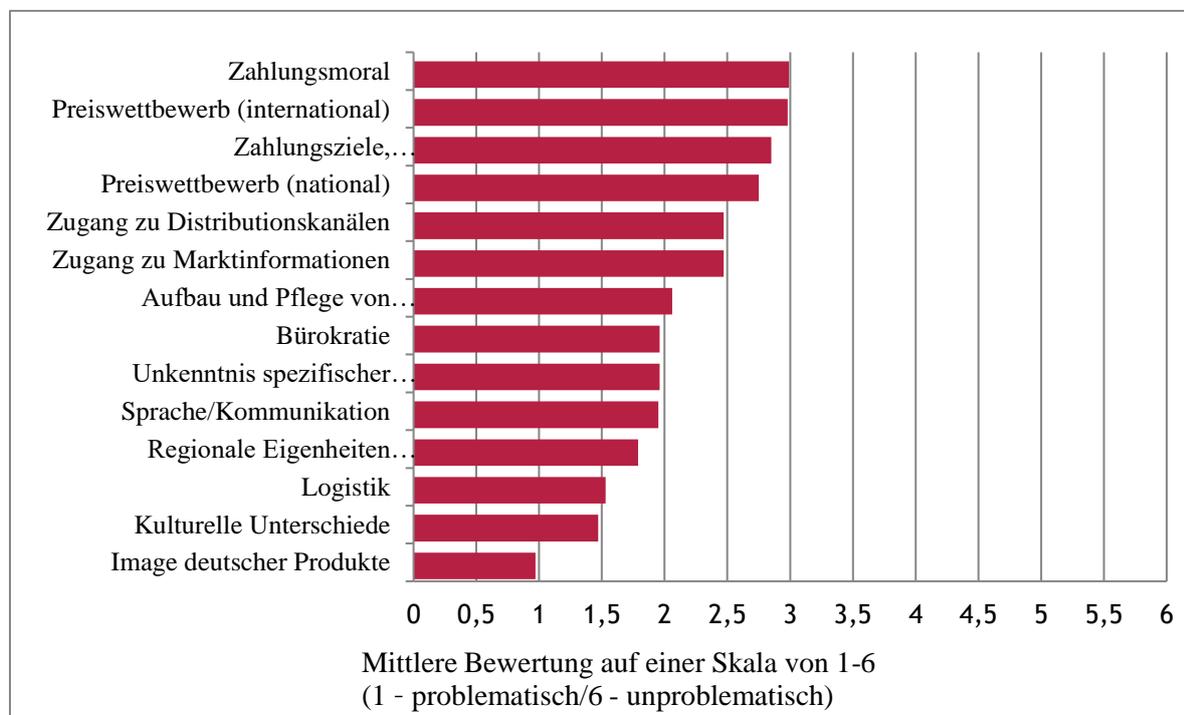


Abbildung 6: Problem- und Erfolgsfaktoren auf dem spanischen Markt

Quelle: Eigene Erhebung (2011)

Die Ergebnisse der Befragung weisen die Themen „Zahlungsmoral“ und „Zahlungsziele“ als zwei der drei Hauptprobleme deutscher Exporteure im spanischen Markt aus. Unabhängig von der jeweiligen konjunkturellen Lage ergeben sich häufiger als bei Geschäftsbeziehungen in umgekehrter Richtung Schwierigkeiten bei der Realisierung von Forderungen. Einer sorgfältigen Auswahl der Geschäftspartner und die frühzeitige Einholung von professionellem Rat bei der Vertragsgestaltung sind deshalb zu empfehlen.

Allgemein im spanischen Markt, speziell aber im preissensiblen Lebensmittelmarkt, spielt der Preiswettbewerb eine wichtige Rolle. Deshalb ist eine detaillierte Prüfung der preislichen

8. Erfolgsfaktoren, Marktzugangshindernisse und Erfahrungen deutscher Lieferanten auf dem spanischen Markt

Wettbewerbsfähigkeit der erste Schritt bei der Einschätzung der Erfolgsaussichten für den spanischen Markt.

Der Zugang zu Distributionskanälen stellt sich auch im spanischen Markt als Herausforderung dar. Dies gilt insbesondere für den Super- und Hypermarktbereich, wo, ebenso wie in Deutschland, die Entscheider (Einkäufer) nur schwer zugänglich sind.

Am Ende der Skala der Erfolgsfaktoren steht das „Image deutscher Produkte“. Das positive Image deutscher Produkte ist nach wie vor ein absatzförderndes Merkmal. Hier ist allerdings zu beachten, dass sich die Befragung auf die gesamte Bandbreite deutscher Exporteure und Branchen bezog. Die positive Bewertung dieses Erfolgsfaktors gilt eher für den Investitionsgüterbereich. Für Konsumgüter, insbesondere für den hier behandelten Bereich „Obst und Gemüse“, wird der deutsche Anbieter nicht unbedingt mit einem Wettbewerbsvorsprung aufgrund eines positiven Images rechnen können.

9. Messe, Verbände, Fachzeitschriften

9.1 Messe

Zu den weltweiten Leitmessen im Bereich Obst und Gemüse zählt die Veranstaltung „Fruit Attraction“⁴³, die zuletzt vom 22.-24. Oktober 2019 zum 11. Mal in Madrid durchgeführt wurde. Veranstalter ist die Messegesellschaft IFEMA in Kooperation mit dem nationalen Verband für Obst- und Gemüseexporteure FEPEX.

Auf einer Fläche von 55.936 m² nahmen nach Auskunft der Veranstalter im Jahr 2019 insgesamt 1.770 Aussteller aus 58 Ländern teil, davon kamen 42 % der Aussteller aus dem Ausland. 71,5 % der Fläche war von Unternehmen des Sektors „Fresh Produce“ besetzt, 25,5 % von Zulieferern und Dienstleistern. Über die drei Messetage wurden 89.390 Fachbesucher aus 127 Ländern gezählt, darunter 35 % außereuropäische Besucher. Für alle Kennzahlen der Messe berichten die Veranstalter über deutliche Steigerungen gegenüber dem Vorjahr.

Die Messe wird offensichtlich von deutschen Unternehmen als Aussteller vornehmlich aus dem Zuliefer- und Dienstleistungssektor (Maschinen, Hilfsmittel, Qualitätskontrolle) wahrgenommen. Von den 17 deutschen Ausstellern war 2019 nur ein Unternehmen aus dem Erzeugersektor. Die nächste „Fruit Attraction“ wird, wiederum in Madrid, vom 20.-22. Oktober 2020 stattfinden.

9.2 Verbände

FEPEX - Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas

FEPEX ist ein Dachverband von 32 regionalen Verbänden mit über 1.500 Erzeugern und Handelsunternehmen und vertritt damit den Großteil der wichtigen Unternehmen des Sektors.

- Dachverband der exportierenden Erzeuger von Obst und Gemüse, Blumen und lebenden Pflanzen.
- www.fepex.es
- Miguel Angel, 13, 4
E- 28010 Madrid
- Tel.: 00 34 913 191 050

⁴³ IFEMA Feria de Madrid (2019): Food Attraction. Where fresh produce & innovate meet. www.ifema.es/fruit-attraction

MERCASA – Red de Mercas

- Zusammenschluss der 23 Nahrungsmittelgroßmärkte Spaniens
- www.mercasa.es
- Paseo de la Habana, 180
E- 28036 Madrid
- Tel.: 00 34 913 500 609

ECOESPAÑA – Asociación Española de Producción Ecológica Sostenible

- Verband für ökologische und nachhaltige Erzeugung
- www.ecoespana.org
- C/Maestro Serrano, 13, 1
E- 04004 Almería
- Tel.: 00 34 647 936 853

9.3 Fachzeitschriften

Revista Mercados

- Fachzeitschrift im Bereich Obst und Gemüse (internationale Themen)
- www.revistamercados.com
- Presidente Cárdenas, 1o, local H
E- 41013 Sevilla
- Tel.: 00 34 954 258 851

Publicaciones Alimarket

- Verlag mit Spezialveröffentlichungen/Sektorberichten
- www.alimarket.es
- Valentín Beato, 22
E- 2837 Madrid
- Tel.: 00 34 913 274 340

Interempresas „Horticultura“

- Onlinepublikation mit Branchen- und Unternehmensnachrichten sowie Informationen zu Ausrüstungen und Technologie für verschiedene Wirtschaftszweige, u.a. auch für die Landwirtschaft.
- www.interempresas.net
- Amadeu Vives, 20 – 22
E- 08750 Molins del Rei (Barcelona)
- Tel.: 00 34 936 802 027

9. Messe, Verbände, Fachzeitschriften

Guiaverde.com

- Onlinepublikation für Unternehmen und Fachkräfte im Bereich Gemüseanbau
- www.guiaverde.com
- San Juan de Ribera,46
E- 46970 Alaquás
- Tel.: 00 34 963 503 288

Hortofruit Innova

- Technisch orientierte Fachzeitschrift im Bereich Gemüseanbau
- www.editorialprensatecnica.net/revista/hortofruit-innova
- Castiello de Jaca, 29
E-2850 Madrid
- Tel.: 00 34 630 475 041

10. Literaturverzeichnis

- Alimarket (2018): ¿Cómo es la experiencia de compra en un 'Alcampo Supermercado'? Status: Februar 2018. Online: <https://www.alimarket.es/alimentacion/noticia/261349/-como-es-la-experiencia-de-compra-en-un--alcampo-supermercado--> (Spanisch).
- Banco de España (2019): Eurosistema. Nota informativa. Proyecciones macroeconómicas de la economía española (2019- 2021). Status: September 2019. Online: https://www.bde.es/f/webbde/GAP/Secciones/SalaPrensa/NotasInformativas/Briefing_notes/es/notabe240919.pdf (Spanisch).
- Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (2018): Pro-Kopf-Verbrauch von Obst und Gemüse in 2017/2018. Status: Dezember 2018. Online: <https://www.bmel-statistik.de/ernaehrung-fischerei/versorgungsbilanzen/obst-gemuese-zitrusfruechte-schalen-und-trockenobst/> (Deutsch).
- Carrefour (2019): Carrefour en España. Status: Dezember 2019. Online: <https://www.carrefour.es/grupo-carrefour/> (Spanisch).
- Diario de Gastronomía (2019): Los hábitos de consumo de los españoles en productos frescos. Status: Juni 2019. Online: <https://diariodegastronomia.com/los-habitos-consumo-los-espanoles-productos-frescos/> (Spanisch).
- Diario jurídico (2019): Más del 50% de los contratos temporales en España son por seis meses de duración o menos. Status: April 2019. Online: <https://www.diariojuridico.com/mas-del-50-de-los-contratos-temporales-en-espana-son-por-seis-meses-de-duracion-o-menos/> (Spanisch).
- El Corte Inglés (2019): Frutas z verduras la nueva frutería. Status: Dezember 2019. Online: <https://www.elcorteingles.es/aptc/reportajes/frutas-y-verduras-2/> (Spanisch).
- Expansión (2018): Datosmacro. PIB de España - Producto Interior Bruto. Status: April 2019. Online: <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana> (Spanisch).
- Expansión (2019): Datosmacro. Desempleo en España. Status: September 2019. Online: <https://datosmacro.expansion.com/paro/espana?sc=LAB-> (Spanisch).
- Expansión (2019): La deuda pública marca un nuevo récord con 1,2 billones de euros hasta marzo. Status: Juni 2019. Online:

10. Literaturverzeichnis

<https://www.expansion.com/economia/2019/06/14/5d035f06e5fdea39608b46c3.html> (Spanisch).

FEPEX (2019): Exportación/ Importación españolas de frutas y hortalizas. Status: Dezember 2019. Online: <https://www.fepex.es/datos-del-sector/exportacion-importacion-espaa% C3% B1ola-frutas-hortalizas> (Spanisch).

Food Retail & Shoppers (2017): Alcampo Deluxe: la réplica a Mercadona, Carrefour, Dia y Lidl. Status: Oktober 2017. Online: https://www.foodretail.es/retailers/alcampo-city-deluxe-plaza-rio-2_0_1156384363.html (Spanisch).

Huffington Post (2019): La gran revolución de Mercadona. Status: September 2019. Online: https://www.huffingtonpost.es/entry/la-gran-revolucion-de-mercadona_es_5d1f2cb0e4b04c48141228d6 (Spanisch).

IDEAS – Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria (2006): La gran distribución: supermercados, hipermercados y cadenas de descuento. Status: Oktober 2006. Online: http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2011/12/B15_OCT_Grandesuperficies.pdf (Spanisch).

IFEMA Feria de Madrid (2019): ¿Cómo avanza el producto ecológico entre las principales categorías de frutas y hortalizas? Status: September 2019. Online: <https://www.ifema.es/fruit-attraction/noticias/producto-ecologico-frutas-hortalizas> (Spanisch).

IFEMA Feria de Madrid (2019): Food Attraction. Where fresh produce & innovate meet. Status: Dezember 2019. Online: <https://www.ifema.es/fruit-attraction> (Spanisch).

Innovaspain (2019): La radical apuesta por la innovación que ha llevado a Mercadona a ganar el pulso al sector. Status: Mai 2019. Online: <https://www.innovaspain.com/mercadona-innovacion-la-colmena-listo-para-comer/> (Spanisch).

Instituto Nacional de Estadística (2009): Notas de Prensa. Contabilidad Nacional de España. Base 2000 con actualización de la serie contable 2005 – 2008. Status: August 2009. Online: <https://www.ine.es/prensa/np566.pdf> (Spanisch).

Instituto Nacional de Estadística (2019): Encuesta de Población Activa. Status: April 2019. Online:

10. Literaturverzeichnis

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595 (Spanisch).

Instituto Nacional de Estadística (2019): Hogares según su composición. Año 2018. Status: April 2019. Online:

https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176952&menu=ultiDatos&idp=1254735572981 (Spanisch).

Instituto Nacional de Estadística (2018): Número de hogares proyectados según su tamaño. Año 2033. Status: Oktober 2018. Online: https://www.ine.es/prensa/ph_2018_2033.pdf (Spanisch).

Instituto Nacional de Estadística (2019): Producto Interior Bruto (PIB).Crecimiento en volumen. Status: Dezember 2019. Online: https://www.ine.es/prensa/pib_tabla_cne.htm (Spanisch).

Kantar (2019): Balance y Tendencias en la Distribución y Gran Consumo. Status: September 2019. Online: <https://www.kantarworldpanel.com/es/Noticias/Balance-de-la-Distribucion-2019> (Spanisch).

Libertad Digital (2015): DIA crea 'La Plaza', un súper de más calidad y centrado en productos frescos. Status: Juni 2015. Online: <https://www.libremercado.com/2015-06-10/dia-crea-la-plaza-un-super-de-mas-calidad-y-centrado-en-productos-frescos-1276550112/> (Spanisch).

Lourenço, Helena Ramalinho (2005): E-Logística. In La logística empresarial en el nuevo milenio (Business Logistics for the new millennium), Daniel Serra (Hrsg.), Barcelona: Gestión 2000. Online: http://www.econ.upf.edu/~ramalhin/PDFfiles/2005_elogistics.pdf (Spanisch).

Mercabarna (2019): Estadísticas de productos. Status: Dezember 2019. Online: https://www.mercabarna.es/serveis/es_estadistiques-productes/ (Spanisch).

Mercadona (2019): Nuevo modelo de tienda eficiente Mercadona. Status: Februar 2019. Online: <https://info.mercadona.es/document/es/dossier-prensa-6.pdf> (Spanisch).

Mercasa (2019): Alimentación en España 2019 – Producción, Industria, Distribución Consumo. Status: Oktober 2019. Online: <https://xn--alimentacionenespaa2019-9hc.es/> (Spanisch).

10. Literaturverzeichnis

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente (2014): Real Decreto 833/2014. Registro General de Operadores Ecológicos y creación de la Mesa de coordinación de la producción ecológica. Status: Oktober 2014. Online: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-10522 (Spanisch).

Ecoagricultor (2019): Organismos de Control y Certificación de la Agricultura Ecológica. Online: <https://www.ecoagricultor.com/organismos-de-control/> (Spanisch).

Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2018): Estrategia para la producción ecológica 2018-2020. Online: Februar 2018. https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/produccion-ecologica/estrategiaproduccionecologica2018-2020_tcm30-440543.pdf (Spanisch).

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019): Informe Anual 2018. Plan Nacional de Control Oficial de la Cadena Alimentaria 2016-2020. Status: April 2019. Online: https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/plan-nacional-de-control-de-la-cadena-alimentaria/pncoca_2016-2020_espana_v4-2019_tcm30-379397.pdf (Spanisch).

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019): Informe del Consumo Alimentario en España 2018. Status: Juli 2019. Online: https://www.mapa.gob.es/images/es/20190807_informedeconsumo2018pdf_tcm30-512256.pdf (Spanisch).

Ministerio de Economía y Empresa (2019): Actualización del programa de estabilidad 2019. Status: April 2019. Online: http://www.mineco.gob.es/stfls/mineco/comun/pdf/190430_np_progrdest.pdf (Spanisch).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2018): La Balanza Comercial Agroalimentaria en 2017. Online: <http://www.comercio.es/es-ES/comercio-exterior/informacion-sectori-al/agroalimentarios/estadisticas/Documents/Balanza%20Comercial%20Agroalimentaria%202017.pdf> (Spanisch)

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2019): La calidad de las frutas y hortalizas frescas y su normalización. Online: <http://legislacionfh.comercio.es/es-ES/Paginas/default.aspx> (Spanisch).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2019): Régimen de importación de frutas y hortalizas. Online: <http://www.comercio.gob.es/es-ES/comercio-exterior/informacion->

10. Literaturverzeichnis

[sectorial/agroalimentarios/sectores/consulta-sectores/frutas-y-hortalizas/Paginas/regimen-de-importacion-frutas-y-hortalizas.aspx](#) (Spanisch).

Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad: Sistema de control de establecimientos alimentarios y alimentos producidos o comercializado en el mercado intracomunitario con repercusiones en seguridad alimentaria. Online:

http://www.aecosan.msssi.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/seguridad_alimentaria/pnca/2_1_Sist_control_seguridad_alimentaria_intracomunitario.pdf (Spanisch).

Publicaciones Alimarket, S. A. (2018): Frutas y Hortalizas: Tiempos de diversificación y nuevos desarrollos. Status: November 2018. Online:

<https://www.alimarket.es/alimentacion/informe/287090/informe-2018-sobre-el-sector-de-frutas-y-hortalizas-en-espana> (Spanisch).

Publicaciones Alimarket, S. A. (2019): Manzana: Clara apuesta por la competitividad. Status: Januar 2019. Online: <https://www.alimarket.es/alimentacion/informe/290301/informe-2019-del-sector-de-manzana-en-espana> (Spanisch).

Publicaciones Alimarket, S. A. (2019): Frutas y Hortalizas Ecológicas: Producción estratégica. Status: Januar 2019. Online:

https://www.alimarket.es/media/images/2019/detalle_art/290490/100575_high_original.pdf (Spanisch).

Publicaciones Alimarket (2019): Las previsiones de crecimiento acentúan la innovación en el sector hortofrutícola. Status: Oktober 2019. Online:

<https://www.alimarket.es/alimentacion/informe/304150/las-previsiones-de-crecimiento-acentuan-la-innovacion-en-el-sector-hortofruticola> (Spanisch).

Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales (2015): Coexistencia de los formatos tradicional y autoservicio en el comercio al detal. Status: April 2015. Online:

<https://www.redalyc.org/pdf/782/78238677007.pdf> (Spanisch).

Statistisches Amt der Europäischen Union-Eurostat (2019): Country Profiles Europe. Spain, Germany and EU-28. Status: Dezember 2019. Online:

<https://ec.europa.eu/eurostat/guip/mapAction.do?indicator=tec00115&mapMode=dynamic&mapTab=1> (Englisch).

10. Literaturverzeichnis

Statistisches Bundesamt (2019): Gesundheit. Pressemitteilung vom 21. März 2019. Status: März 2019. Online: https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Gesundheit/Gesundheitsausgaben/_inhalt.html (Deutsch).

QS Qualität und Sicherheit (2019): Systemkette Obst, Gemüse, Kartoffeln. Lieferberechtigte Betriebe. November 2019. Online: <https://www.q-s.de/presse-newsroom/zahlen-obst-gemuese-kartoffeln.html> (Deutsch).

11. Glossar

Begriff	Definition
FEPEX	<p>Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas</p> <p>Spanischer Dachverband für exportierende Erzeuger von Obst, Gemüse, Blumen und lebenden Pflanzen</p> <p>www.fepex.es</p>
FUNCAS	<p>Fundación de las Cajas de Ahorro</p> <p>Stiftung des Sparkassenverbandes (Wirtschaftsforschungsinstitut)</p> <p>www.funcas.es</p>
INE	<p>Instituto Nacional de Estadística</p> <p>Nationales Statistisches Institut</p> <p>www.ine.es</p>
MAPA	<p>Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación</p> <p>Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung</p> <p>www.mapa.gob.es/es</p>
MAPAMA	<p>Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente</p> <p>Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei, Ernährung und Umwelt (bis 2017)</p> <p>www.mapama.gob.es</p>

MINECO	Ministerio de Economía y Empresa
	Ministerium für Wirtschaft und Unternehmen
	www.mineco.gob.es

MSCBS	Ministerio de Sanidad, Consumo t Bienestar Social
	Ministerium für Gesundheit, Konsum und Soziale Wohlfahrt
	www.mscbs.gob.es

OPFH	Organización de Productores de Frutas y Hortalizas
	Verband der Erzeuger von Obst und Gemüse

PP	Partido Popular
	Volkspartei

PSOE	Partido Socialista de Obrero Español
	Sozialistische Arbeiterpartei

SAT	Sociedad Agraria de Transformación
	Landwirtschaftliche Gesellschaft für Verarbeitung

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

Februar 2020

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Argus/stock.adobe.com

TEXT

Deutsche Handelskammer für Spanien
Avda. Pio XII, 26 - 28
E - 28016 Madrid
www.ahk.es

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Markus Kemper
Peter Moser
Simone Schlussas

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt die Deutsche Handelskammer für Spanien 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 die Deutsche Handelskammer für Spanien und zweitens die Förderung durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestattet.

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

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

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

[@bmel](https://twitter.com/bmel)

[Lebensministerium](https://www.lebensministerium.de)

www.agrarexportfoerderung.de

