



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Lebensmittel in Spanien

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / Februar 2019

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Inhaltsverzeichnis | 3 |
| Tabellenverzeichnis | 5 |
| Abbildungsverzeichnis | 6 |
| Abkürzungsverzeichnis | 7 |
| 1. Zusammenfassung | 9 |
| 2. Einleitung | 10 |
| 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick | 12 |
| 3.1 Kurzinformationen zu Spanien | 12 |
| 3.2 Territoriale Gliederung und Staatsaufbau | 13 |
| 3.3 Aktuelle Wirtschaftslage und Perspektiven | 15 |
| 3.4 Bevölkerungs- und Einkommensstruktur | 19 |
| 3.5 Kulturelle Besonderheiten | 20 |
| 4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft | 22 |
| 4.1 Einführung in die spanische Agrar- und Ernährungswirtschaft | 22 |
| 4.2 Konsumverhalten | 24 |
| 4.3 Preisniveau / PreisLeistungsverhältnis | 26 |
| 4.4 Außenhandel mit Lebensmitteln und Getränken | 29 |
| 4.4.1 Importe | 29 |
| 4.4.2 Exporte | 31 |
| 5. Lebensmittelbranchen in Spanien | 34 |
| 5.1 Landwirtschaftliche Erzeugnisse | 34 |
| 5.1.1 Fleisch- und Wurstwarenindustrie | 34 |
| 5.1.2 Milch und Molkereiprodukte | 38 |
| 5.1.3 Obst und Gemüse | 41 |
| 5.1.4 Getreide und Mehl | 43 |
| 5.2 Fischprodukte und Meeresspezialitäten | 44 |
| 5.3 Süß- und Backwaren | 47 |
| 5.3.1 Süßwaren | 47 |
| 5.3.2 Brot- und Backwaren | 48 |
| 5.4 Getränkeindustrie | 48 |
| 5.4.1 Nichtalkoholische Getränke | 48 |
| 5.4.1.1 Soft Drinks | 48 |
| 5.4.1.2 Säfte | 49 |
| 5.4.2 Alkoholische Getränke | 49 |
| 5.4.2.1 Weine | 49 |
| 5.4.2.2 Biere | 50 |
| 6. Handelsstrukturen und Vertriebskanäle | 51 |

| | |
|---|----|
| 6.1 LEH | 51 |
| 6.1.1 Supermärkte, Hypermärkte, Discounter | 52 |
| 6.1.2 Convenience Stores und Tankstellen-Service..... | 55 |
| 6.2 Großhandel | 56 |
| 6.3 Food-Service..... | 57 |
| 6.3.1 Hotels | 57 |
| 6.3.2 Restaurants | 58 |
| 6.3.3 Catering..... | 58 |
| 6.4 Online-Handel und Lieferservice | 58 |
| 7. Rechtliche Rahmenbedingungen | 60 |
| 7.1 Vertriebsrecht | 60 |
| 7.2 Produkthaftung | 61 |
| 7.3 Gewährleistung | 61 |
| 7.4 Gewerblicher Rechtsschutz | 62 |
| 7.5 Lebensmittelrecht | 63 |
| 7.6 Zollverfahren und Zollsätze..... | 63 |
| 7.7 Steuerrecht | 64 |
| 8. SWOT-Analyse | 66 |
| 9. Adressmaterialien..... | 68 |
| 9.1 Öffentliche Institutionen..... | 68 |
| 9.2 Verbände..... | 69 |
| 9.3 Importeure | 72 |
| 9.4 Distributoren..... | 76 |
| 9.5 Großhandel | 78 |
| 9.6 LEH | 79 |
| 9.7 Food-Service: HoReCa und Convenience Stores | 81 |
| 9.7.1 Hotels | 81 |
| 9.7.2 Restaurants..... | 82 |
| 9.7.3 Convenience Stores/Tankstellen..... | 83 |
| 9.8 Fachmessen..... | 84 |
| 9.9 Fachmagazine / -zeitschriften | 86 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1 Länderinformationen zu Spanien, Stand November 2018 | 12 |
| Tabelle 2 Spaniens Außenhandel im Vergleich zum Außenhandel mit Deutschland, in Mrd. EUR, 2015 - 2017 | 18 |
| Tabelle 3 Zusammenstellung und Entwicklung des Warenkorbs in Spanien, Volumen und Wert in %, 2017 | 26 |
| Tabelle 4 Konsum in kg und Ausgaben in EUR pro Kopf und Entwicklung in %, nach Autonomen Gemeinschaften, 2017 | 27 |
| Tabelle 5 Fleischproduktion in Spanien in t, 2017..... | 35 |
| Tabelle 6 Entwicklung der Umsätze der verschiedenen Kategorien des Lebensmitteleinzelhandels von 2013 – 2016, in Mio. USD | 55 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Abbildung 1 Untergliederung Spaniens in Autonome Gemeinschaften und Provinzen..... | 14 |
| Abbildung 2 Entwicklung des spanischen BIP, 2016 - 2019, Veränderung in % (real), *Prognose..... | 16 |
| Abbildung 3 Zusammensetzung des spanischen BIP nach Sektoren, in %, 2016 | 17 |
| Abbildung 4 Spanische Bevölkerung nach Altersgruppen in %, 2017 | 20 |
| Abbildung 5 Gesamtausgaben der spanischen Bevölkerung für Lebensmittel in Mrd. EUR, 2009 - 2017, prozentuale Veränderung zum Vorjahr | 23 |
| Abbildung 6 Markentreue der Spanier in %, 2017..... | 25 |
| Abbildung 7 Preisniveauindizes für Nahrungsmittel und Getränke, 2017 (EUR = 100)..... | 28 |
| Abbildung 8 Preisniveauindizes für Lebensmittel und 4 ausgewählten Subkategorien, 2017 (EUR = 100)..... | 29 |
| Abbildung 9 Anteil der Nahrungsmittelimporte an allen Warenimporten, in % | 30 |
| Abbildung 10 Anteil der wichtigsten Lieferländer Spaniens in %, 2017..... | 31 |
| Abbildung 11 Anteil der Nahrungsmittelexporte an allen Warenexporten, in %, 2017 | 32 |
| Abbildung 12 Anteil der wichtigsten Abnehmerländer Spaniens, in %, 2017..... | 33 |
| Abbildung 13 Pro-Kopf-Verbrauch nach Fleischsorten in t, 2017 | 36 |
| Abbildung 14 Jährliche Pro-Kopf-Ausgaben für Fleisch in Spanien, in EUR, 2017..... | 37 |
| Abbildung 15 Verbrauch von Milchprodukten in Spanien, in t, 2017 | 39 |
| Abbildung 16 Käseverbrauch in Spanien pro Jahr, in Mio. kg, 2012 - 2017..... | 40 |
| Abbildung 17 Pro-Kopf-Verbrauch von frischem Obst in Spanien, in kg, 2017 (Auswahl) | 42 |
| Abbildung 18 Volumen des Fischkonsums in Mio. kg nach Verkaufsformat in Spanien von 2012 - 2017 | 45 |
| Abbildung 19 Entwicklung der Ausgaben für Fischprodukte in EUR, 2012 - 2016 | 47 |
| Abbildung 20 Lebensmittelkauf nach Kategorien und Vertriebskanälen in %, 2017..... | 52 |
| Abbildung 21 Entwicklung des Lebensmittelverkaufs nach Kategorien und Vertriebskanälen, in %, 2017..... | 54 |
| Abbildung 22 Umsatz der Großhändler im Lebensmittelbereich in Mio. EUR, 2012 - 2016..... | 57 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|-----------------|---|
| % | Prozent |
| Art. | Artikel |
| B2C | Business-to-Consumer |
| BIP | Bruttoinlandsprodukt |
| BLE | Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung |
| BMEL | Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft |
| bzw. | beziehungsweise |
| ca. | circa |
| d. h. | das heißt |
| dt. | deutsch |
| E-Handel | elektronischer Handel |
| etc. | et cetera |
| EU | Europäische Union |
| EUR | Euro |
| GTAI | German Trade and Invest GmbH |
| INE | Instituto Nacional de Estadística; Spanisches Statistikamt |
| ha | Hektar |
| hl | Hektoliter |
| inkl. | inklusive |
| IU | Izquierda Unida; Vereinigte Linke |
| kg | Kilogramm |
| km ² | Quadratkilometer |
| LEH | Lebensmitteleinzelhandel |
| MAPAMA | Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung) |
| Mio. | Millionen |
| Mrd. | Milliarden |
| o. g. | obengenannt |
| PP | Partido Popular; Spanische Volkspartei |
| PSOE | Partido Socialista Obrero Español; Spanische Sozialistische Arbeiterpartei |
| sog. | sogenannt |
| t | Tonne |
| Tel. | Telefon |
| TK | Tiefkühl |
| u. a. | unter anderem |
| UPYD | Unión Progreso y Democracia; Union Fortschritt und Demokratie |
| USD | US-Dollar |

usw. und so weiter
v. a. vor allem
z. B. zum Beispiel

1. Zusammenfassung

Schon das 5. Jahr in Folge erlebt Spanien einen Konjunkturaufschwung. Die neue Regierung, die infolge eines Misstrauensvotums gegen den ehemaligen Ministerpräsidenten Mariano Rajoy zum 1. Juni 2018 gewählt wurde und derzeit als Minderheitsregierung mit dem neuen Ministerpräsidenten Pedro Sánchez agiert, soll der spanischen Wirtschaftspolitik zur weiteren Kontinuität und Stabilität verhelfen. Zu Beginn des Jahres 2018 entwickelte sich die spanische Wirtschaft dynamisch, auch wenn eine leichte Abschwächung erkennbar wurde. Die vergangenen positiven wirtschaftlichen Zahlen setzen sich aus mehreren Faktoren zusammen, so stieg der Tourismus in Spanien, insbesondere der Tourismus aus Deutschland, konstant an, wodurch auch der Konsum angekurbelt wurde. Zudem ist auch die Kaufkraft der Spanier aufgrund der verbesserten wirtschaftlichen Lage gestiegen, was dazu führt, dass sie häufiger außer Haus essen und generell mehr Qualitätsware und gesundheitsfördernde Lebensmittel kaufen und zu sich nehmen.

Trotz leichter Abnahme im Jahr 2018 werden in Spanien importierte Lebensmittel in den meisten Fällen über den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) vertrieben. Diese stammen meist direkt von den Produzenten. Durch ihre Größe, die infrastrukturelle Ausstattung und die finanziellen Mittel können sie auf einfachere Wege und günstigere Maßnahmen zurückgreifen, um die Lebensmittel in ihr Sortiment aufzunehmen und diese zu niedrigeren Preisen zu verkaufen. Lebensmittelläden sowie der Food-Service laufen aufgrund kleinerer Kapazitäten über Großhändler. Neben diesen klassischen Vertriebswegen folgt Spanien auch den allgemeinen Trends, wie z. B. der Verkauf über den Bio-Fachhandel oder den Online-Handel. Zwar sind diese Absatzkanäle noch nicht so populär wie der LEH oder der Großhandel, doch auch in Spanien wurden die Vorzüge weiterer Vertriebskanäle erkannt und auch in Zukunft ist von deren Nutzung auch dort nicht abzusehen.

Deutsche Lebensmittelhersteller können von den neuen Entwicklungen im spanischen Raum profitieren. Die Spanier sind mit der Erholung ihrer Wirtschaft konsumfreudiger geworden und die Nachfragen nach Lebensmittel sind in die Höhe gestiegen. Besonders profitieren Anbieter von Bio-Produkten. Deutsche Produkte stehen meistens auch in Spanien für Qualität und Sicherheit. Zu den Exportschlägern gelten Milch- und Fleischprodukte, Bierprodukte sowie Süß- und Backwaren. Auch auf Bio-Produkte und gesundheitsfördernde Lebensmittel wird immer häufiger zugegriffen. Die höheren Importe sowie der ansteigende Konsum von nationalen sowie internationalen Lebensmitteln werden sowohl durch boomenden Tourismus als auch vom zunehmenden Verzehr außer Haus gefördert.

2. Einleitung

Spanien konnte seine Wirtschaft nach einer langandauernden Krise wieder stärken und zählt aktuell zu den größten und dynamischsten Wirtschaften der Europäischen Union (EU). Seit dem Jahr 2013 stabilisierte sich die Wirtschaft zunehmend, sodass auch die Beschäftigungszahl wieder stieg und somit auch der private Konsum. Weiterhin spielt Spanien eine zentrale Rolle im Exportbereich der EU. Sowohl in Europa als auch auf internationaler Ebene gehört Spanien zu den treibenden Exportnationen, insbesondere im Lebensmittelsektor.

Lebensmittelimporte sind jedoch auch für die Spanier unerlässlich. Zum einen liegt es daran, dass die Eigenproduktion von Agrar- und Lebensmittelprodukten nicht ausreichend für die wachsende Binnennachfrage ist. Zum anderen leidet die spanische Landwirtschaft an der Trockenheit und dem immer größer werdenden Wassermangel, die es den Landwirten zunehmend erschwert, Lebensmittel anzubauen. Auch die Nachfrage nach internationalen Gerichten favorisieren die Einfuhren von Lebensmitteln. Mit über 46 Mio. Einwohnern und einer jährlich steigenden Touristenzahl ist das Land ein sehr großer und gerade für die Lebensmittelbranche ein sehr bedeutsamer Zielmarkt für deutsche Exporteure.

Die vorliegende Studie wurde im Rahmen des Agrarexportförderprogrammes des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) für die Geschäftsreise nach Madrid, Spanien mit dem Schwerpunkt „Lebensmittel allgemein“ verfasst und enthält wichtige Informationen und Hinweise zum spanischen Lebensmittelmarkt. Die Unternehmerreise richtet sich an Unternehmen aus der Lebensmittelbranche mit Sitz in Deutschland.

Die Studie beginnt dabei mit einem gesamtwirtschaftlichen Überblick Spaniens (Kapitel 3). Dieser beinhaltet einige wichtige Kurzinformationen zum Königreich Spanien, den Staatsaufbau sowie die territoriale Gliederung. Zudem werden die Bevölkerungsstruktur und die Wohlstandssituation erläutert und im Anschluss wirtschaftliche Indikatoren einschließlich der Ein- und Ausfuhren bezüglich aller Warengruppen dargestellt.

Im Folgekapitel (Kapitel 4) wird die spanische Agrar- und Ernährungswirtschaft genauer analysiert. Dies umfasst allgemeine Informationen zum Sektor, wie z. B. die Eigenproduktion und wichtige Produktionsstandorte. Ein besonderes Augenmerk liegt auf dem Konsumverhalten und dem Preisniveau sowie dessen Entwicklung im Land. Es folgt eine Analyse des Außenhandels im Lebensmittelsektor. Zudem werden für Spanien typische Vermarktungswege und Trends präsentiert.

2. Einleitung

Weiterhin werden die einzelnen Bereiche der Lebensmittelbranche untersucht (Kapitel 5). Hier werden auf die verschiedenen Industrien wie Fleisch und Meeresspezialitäten, Molkereiprodukte und landwirtschaftliche Erzeugnisse, aber auch Süß- und Backwaren sowie Getränke eingegangen. Informationen zu Feinkost und Delikatessen, Fast Food und Convenience Food und auch zur Bio-Sparte inkl. vegetarische und vegane Produkte runden dieses Kapitel ab.

Anschließend erfolgen Informationen zu den Handelsstrukturen sowie Informationen zu den verschiedenen Vertriebskanälen (Kapitel 6). Dabei werden sowohl die klassischen Vertriebskanäle, wie der LEH und der Großhandel, aber auch neue bzw. in den vergangenen Jahren in Mode gekommene Vertriebsmöglichkeiten (Bio-Läden, Online-Handel, etc.) detailliert beschrieben.

Der darauffolgende Abschnitt bezieht sich auf die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie auf die Importbedingungen und -abwicklungen. Dabei werden wichtige Hinweise zum spanischen Vertriebs- und Steuerrecht sowie zum gewerblichen Rechtsschutz weitergegeben. Anschließend werden für den deutschen Export unerlässliche Kenntnisse wie Zollverfahren, Zollsätze und Absicherungen im Zahlungsverkehr vermittelt.

Es folgt eine zusammenfassende SWOT-Analyse, die alle Pros und Kontras des spanischen Lebensmittelmarktes für deutsche Produzenten darstellt und die Erkenntnisse aus den vorherigen Abschnitten beinhaltet.

Eine Liste aller relevanten Ansprechpartner mit Kontaktdaten und Beschreibung befindet sich im Anhang dieser Studie, aus der die wichtigsten Akteure des Sektors sowie potentielle Partner (Ministerien, Verbände, Unternehmen – Importeure, Distributoren), aber auch wichtige Messen in Spanien, Veranstaltungen sowie Fachmessen und Fachmagazine hervorgehen.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Kurzinformationen zu Spanien

Tabelle 1 Länderinformationen zu Spanien, Stand November 2018

| Länderinformationen Spanien (2018) | |
|------------------------------------|---|
| Offizieller Ländername | Königreich Spanien (Reino de España) |
| Hauptstadt | Madrid |
| Staatsform | Parlamentarische Monarchie |
| Staatsoberhaupt | König Felipe VI (19.Juni2014) |
| Regierungschef | Pedro Sánchez (02.Juni2018) |
| Amtssprache(n) | Spanisch / Castellano |
| Regionale Sprachen | Aragonesisch, Aranesisch, Asturisch, Baskisch, Galicisch, Katalanisch |
| Einwohnerzahl | 46.659.302 |
| Fläche | 505.944km ² |
| Geografische Lage | Iberische Halbinsel, Südwest-Europa |
| Nationalfeiertag | 12.Oktober |
| Zeitzone | Mitteleuropäische Zeit |

Quelle: Auswärtiges Amt, GTAI (2018) und www.weltenansicht.de (2018)

Bildquelle: Auswärtiges Amt (2018)

Das Reino de España (Königreich von Spanien) liegt südwestlich von Europa und verfügt über eine Gesamtfläche von 505.944 km²¹, darunter 502.189 km² Land. Es ist damit das zweitgrößte Land Europas nach Frankreich (ausgenommen Russland) und deutlich größer als Deutschland mit 357.022 km². Das fünfeckige Land setzt sich aus dem Festland, den Balearen im Mittelmeer und den Kanarischen Inseln im Atlantik sowie kleineren Teilen in Marokko, Nordafrika aus den Städten Ceuta und Melilla zusammen. Gemeinsam mit Portugal, Gibraltar sowie Andorra bildet Spanien die Iberische Halbinsel südwestlich den Pyrenäen.

Die Klimazonen fallen in Spanien aufgrund seiner geografischen Lage sowie seiner Gebirge sehr unterschiedlich aus. Regional und saisonal kommt es somit im ganzen Land zu verschiedenen Wetterlagen. Pauschal gesehen, ist es in der Sommerzeit sehr heiß, während es in der Winterzeit relativ mild bis kalt ist und mehr Niederschlag zu erwarten ist.

Seit dem 1. Januar 1986 ist Spanien vollwertiges Mitglied der EU und zum 1. Januar 1999 erfolgte der Eintritt in die Eurozone. Seitdem gilt der Euro als offizielles Zahlungsmittel in Spanien. Neben Bargeld werden auch andere Zahlungsmittel wie die gängigsten Kreditkarten

¹ Eurostat (2015): Flächenangabe aktualisiert im September 2018. www.eurostat.ec.europa.eu

oder andere Bankkarten (Visa, MasterCard, etc.) angenommen, dabei kann bei deren Nutzung bei Einkäufen nach dem Reisepass bzw. nach dem Personalausweis gefragt werden.

3.2 Territoriale Gliederung und Staatsaufbau

Das Königreich Spanien ist eine parlamentarische Erbmonarchie, die als demokratischer und sozialer Rechtsstaat seit dem Inkrafttreten der Verfassung am 27. Dezember 1978 fungiert. Gemäß dieser Verfassung ist Spanien ein Einheitsstaat, der sich in 17 Autonome Gemeinschaften (Comunidades Autónomas) und zwei Exklaven (Ceuta und Melilla) gliedert. Diese sind mit den deutschen Bundesländern vergleichbar. Alle 17 Autonomen Gemeinschaften verfügen über eigene Parlamente sowie Regierungen. Während die Autonomen Gemeinschaften sowohl administrativ als auch geographisch Spanien angehören, sind die beiden Exklaven zwar administrativ unter spanischer Hand, geografisch jedoch Teil Marokkos. Jede dieser Regionen besitzt ihre eigenen Merkmale, Kulturgüter sowie Sitten und verfügt über ihren eigenen Anteil an Eigenständigkeit, die unterschiedlich ausgeprägt ist. Die meisten Autonomen Gemeinschaften werden zudem in Provinzen unterteilt, von denen es insgesamt 50 gibt. Ein Großteil dieser Provinzen sind nach der jeweiligen Hauptstadt der Regionen benannt. Die Provinzen werden des Weiteren in Gemeinden (Municipios) unterteilt, die seit Jahrzehnten mit den Aufforderungen der Unabhängigkeit mancher Regionen, wie das Baskenland oder Katalonien, zu kämpfen haben.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Abbildung 1 Untergliederung Spaniens in Autonome Gemeinschaften und Provinzen



Quelle: www.lexas.de/europa/spanien/administrative_gliederung/provinzen.aspx

Derzeitiger König Spaniens und somit das Staatsoberhaupt ist Felipe VI. Er übernahm im Juni 2014 die Krone. Zu seinen Aufgaben zählt die Repräsentation des Landes und die Ernennung des Ministerpräsidenten, der vorher das Vertrauen vom Kongress erhält, sowie die Regierungsmitglieder, die wiederum vom Ministerpräsidenten vorgeschlagen werden. Zusätzlich verfügt er über den Oberbefehl, über die Streitkräfte und das Begnadigungsrecht. Die Ausübung der direkten Staatsgewalt ist dem König jedoch untersagt.

Pedro Sánchez ist seit dem 1. Juni 2018 Ministerpräsident von Spanien. Seine Wahl wurde durch ein konstruktives Misstrauensvotum gegen die Regierung des ehemaligen Ministerpräsidenten Mariano Rajoy aufgrund einer Korruptionsaffäre ermöglicht. Seine Aufgaben beinhalten die Bestimmung und Leitung der Innen- und Außenpolitik sowie die Zivil- und Militärverwaltung innerhalb seiner Regierung. Auch die Landesverteidigung zählt zum Aufgabenbereich des Ministerpräsidenten und seiner Regierung. Pedro Sánchez ist außerdem seit Mai 2017 Generalsekretär und Parteivorsitzender der Spanischen Sozialistischen Arbeiterpartei *Partido Socialista Obrero Español (PSOE)*.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Das Parlament (Cortes Generales) ist das Verfassungsorgan Spaniens, das aus 2 Kammern, dem Abgeordnetenhaus (Congreso) und dem Senat (Senado), besteht und für 4 Jahre gewählt wird. Aktuell verfügt es über 615 Abgeordnete: 350 im Abgeordnetenhaus und 265 im Senat. Das Abgeordnetenhaus ist im Stande das konstruktive Misstrauensvotum in die Wege zu leiten. Das Parlament ist für die gesetzgebende Gewalt, den Staatshaushalt sowie die Kontrolle der Regierungstätigkeit zuständig.

Spaniens Parteiensystem besteht aus nationalen und regionalen Parteien sowie aus kleineren und sogenannten Splitterparteien. Zu den nationalen Parteien kommen auch noch regionale Parteien, die entsprechend ihrer Bezeichnung regional aktiv sind. Neben den 4 nationalen Parteien *Partido Popular (PP)*, *Partido PSOE*, *Izquierda Unida (IU)* und *Unión Progreso y Democracia (UPYD)* sind v. a. regionale Parteien von großer Bedeutung.

Die letzte reguläre Parlamentswahl in Spanien fand im Jahr 2015 statt, allerdings kam es erst am 29. Oktober 2016² in Form von Neuwahlen zu einem konkreten Ergebnis mit Regierungsbildung, bei der 36,5 Mio. Spanier ein neues Parlament gewählt haben. Seit dem konstruktiven Misstrauensvotum im Jahr 2018, das zum ersten Mal in Spanien einen Ministerpräsidenten stürzte und Pedro Sánchez an die Spitze der Regierung führte, wird das Land von einer Minderheitsregierung regiert. Die nächsten regulären Parlamentswahlen sind für das Jahr 2020 vorgesehen, dennoch sind frühzeitige Neuwahlen immer wieder Gesprächsthema in Spanien.

3.3 Aktuelle Wirtschaftslage und Perspektiven

Mit Hilfe von EU-Geldern hat es Spanien relativ früh geschafft ein moderner Industrie- und Dienstleistungsstaat zu werden, der eine hervorragende Infrastruktur vorweist. Innerhalb der EU ist Spanien derzeit die fünftgrößte Volkswirtschaft, in der Eurozone sogar die viertgrößte, während es weltweit den 13.Rang beansprucht.

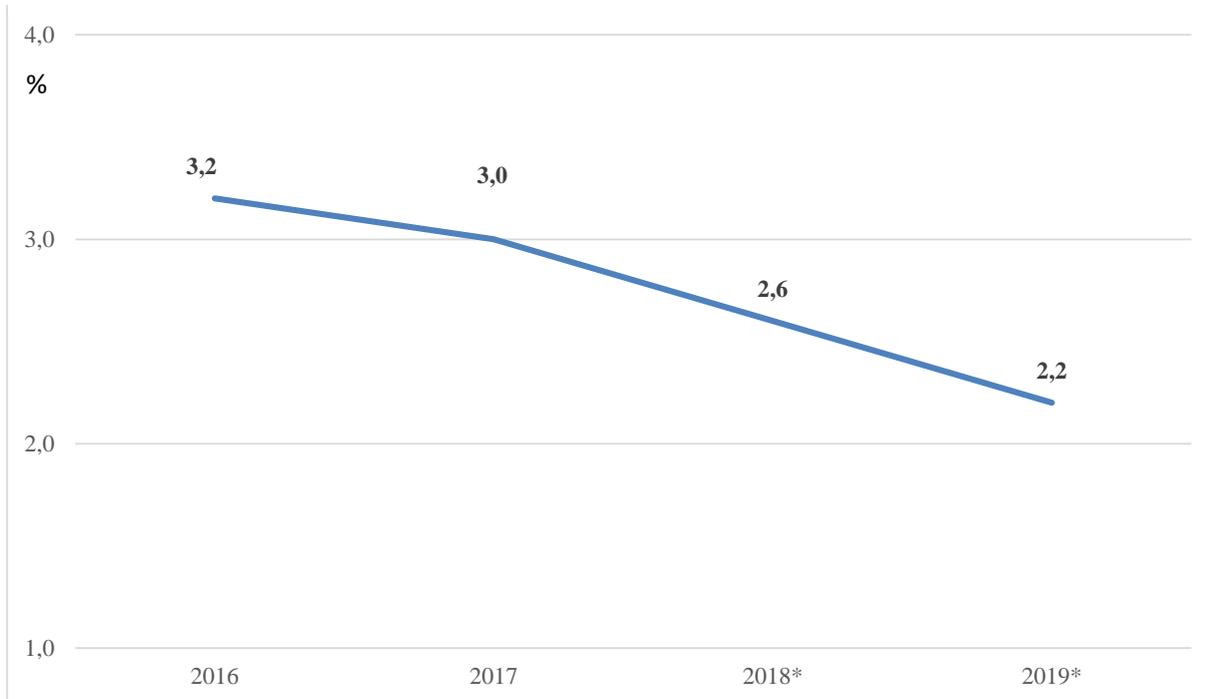
Nach der Rezession im Jahr 2013 kann Spanien wieder durchatmen. Es ist das 5. Konjunkturjahr und das 3. Jahr infolge mit einer positiven Wachstumsbilanz. Auch das Jahr 2018 begann sehr positiv und mit viel Dynamik. Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) wird im Jahr 2018 nicht über die 3 %-Marke steigen, wie zuvor in den Jahren 2016 und 2017, bleibt jedoch mit knapp 3 % stabil und weiterhin über dem Durchschnitt der EU. Experten sowie die spanische Regierung sind sich dabei einig, dass die Wirtschaft auch in den kommenden Jahren wachsen wird.

² Der Spiegel (2016): Wahl in Spanien. Das Endergebnis. www.spiegel.de

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Spanien erreichte im Jahr 2017 ein BIP von 1.164 Mrd. Euro. Nach Schätzungen von GTAI wird es im Jahr 2018 auf 1.212 und in 2019 auf 1.260 Mrd. EUR steigen. Das reale BIP betrug im Jahr 2017 rund 3 %, soll jedoch in den Folgejahren weiterhin abnehmen und 2018 einen Wert von 2,6 % erreichen und im Jahr 2019 sogar bis auf 2,2 % sinken.

Abbildung 3 Entwicklung des spanischen BIP, 2016 - 2019, Veränderung in % (real), *Prognose

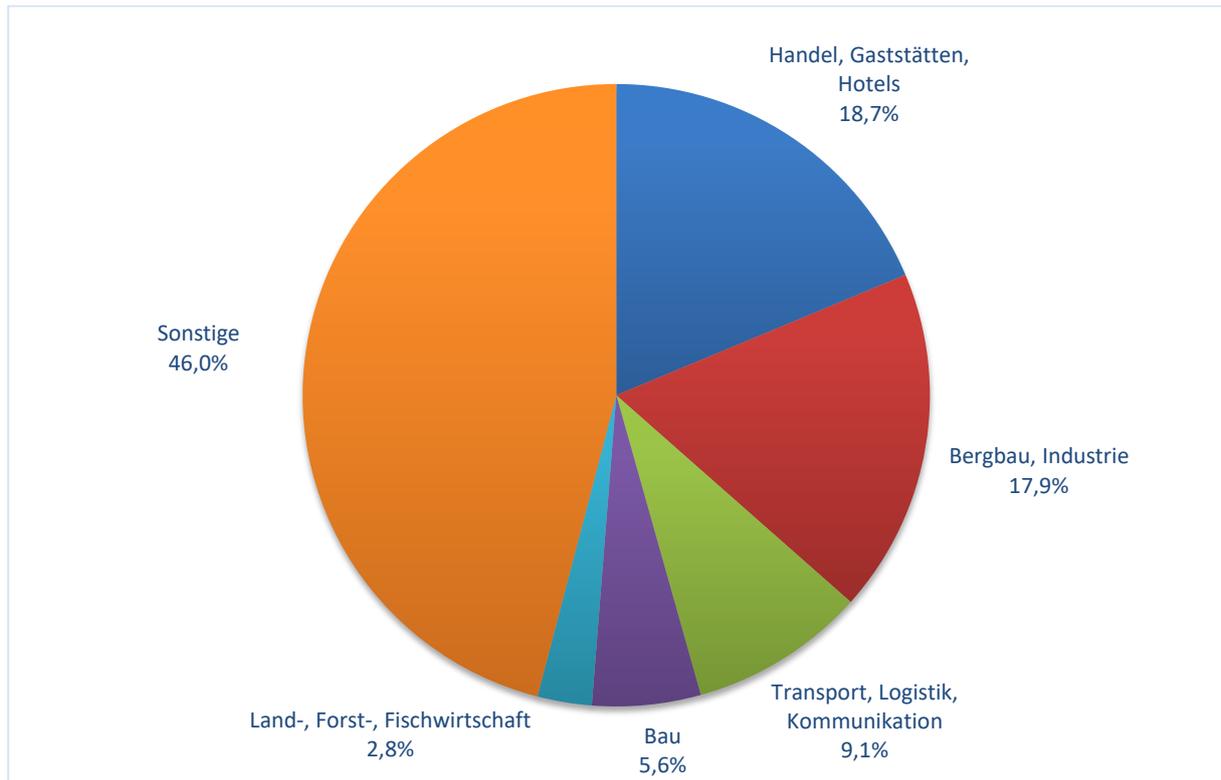


Quelle: Funcas (2018)

Zur Entstehung des BIP tragen insbesondere der Handel, die Gaststätten und Hotels (18,7 %), der Bergbau und die Industrie (17,9 %), der Sektor für Transport, Logistik und Kommunikation (9,1 %), der Bausektor sowie die Land-, Forst- und Fischwirtschaft (2,8 %) bei.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Abbildung 5 Zusammensetzung des spanischen BIP nach Sektoren, in %, 2016



Quelle: GTAI (2018)

Die Arbeitslosigkeit betreffend, konnten sich die Spanier im Jahr 2017 einer niedrigeren Arbeitslosenquote von 17,2 % erfreuen. In den Jahren zuvor betrug sie stets über 20 %. Dennoch ist diese Zahl weiterhin sehr hoch und innerhalb der EU gehört Spanien zu den Ländern mit der höchsten Arbeitslosenquote. In den Jahren 2018 sowie 2019 wird zwar von einer weiteren Abnahme der Arbeitslosigkeit auf 15,3 % und 13,6 % ausgegangen, die u. a. auf der Schaffung von neuen Arbeitsplätzen und zunehmenden Projekten beruht, allerdings handelt es sich hierbei um überwiegend Teilzeitarbeit sowie befristete Arbeitsverträge, was bei den ohnehin geringen Löhnen bei Berufseinsteigern die finanzielle Lage nicht sonderlich stabilisiert.

Der spanische Außenhandel entwickelte sich auch im Jahr 2017 dynamisch weiter. Die Importe waren erstmals seit der Krise höher als das Vorkrisenniveau und erreichten einen neuen Höchstwert. Im Jahr 2016 erzielte Spanien einen Wert von 273,2 Mrd. EUR. Im Jahr 2017 wurde schließlich ein Wert von 310,5 Mrd. EUR erreicht. Dies liegt u. a. an der gestiegenen Binnennachfrage und dem steigenden Privatkonsum. Zu den am häufigsten eingeführten Lebensmitteln zählen chemische Erzeugnisse (13,5 %), Kfz und –teile (12,3 %), Nahrungsmittel (8,3 %), Maschinen (7,9 %), Erdöl (7,3 %), Textilien und Bekleidung (6,7 %). Hauptlieferländer im Jahr 2017 waren Deutschland (12,5 %), Frankreich (10,7 %), China (8,3 %), Italien (6,5 %), USA (4,4 %), die Niederlande (4,0 %) und das Vereinigte Königreich (3,7 %).

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Der Export verzeichnete im Jahr 2017 einen Wert von 282,8 Mrd. EUR. Im Vorjahr waren es noch 254,5 Mrd. EUR. Es wurden hauptsächlich Kfz und –teile (17,3 %), Nahrungsmittel (12,9 %), chemische Erzeugnisse (12,8 %), Maschinen (7,8 %), Textilien und Bekleidung (5,9 %) exportiert. Der größte Abnehmer spanischer Produkte ist das Nachbarland Frankreich mit 14,7 %. Es folgen Deutschland (10,9 %), Italien (7,8 %), Portugal (7,0 %), das Vereinigte Königreich (6,7 %), die USA (4,4 %) und die Niederlande (3,4 %).

Spaniens Außenhandel hängt sehr stark von der EU ab, dabei spielt insbesondere Deutschland eine zentrale Rolle sowohl beim Im- als auch beim Export. Die deutschen Einfuhren stiegen im Jahr 2017 auf 31,6 % (27,9 % im Vorjahr). Zu den deutschen Einfuhrgütern zählen Kfz und –teile (32,6 %), Nahrungsmittel (14,7 %), chemische Erzeugnisse (10,5 %), Maschinen (6,0 %), Elektrotechnik (4,9 %), sonstige Fahrzeuge (4,8 %), Metallwaren (2,7 %), Eisen und Stahl (2,7 %), NE-Metalle (2,1 %) sowie Rohstoffe (2,0 %). Die deutschen Ausfuhren erreichen im Jahr 2017 einen Wert von 43,1 Mrd. EUR, gegen 40,5 Mrd. EUR im Vorjahr. Die deutschen Ausfuhrgüter setzen sich aus den folgenden Waren zusammen: Kfz und –teile (22,3 %), chemische Erzeugnisse (16,1 %), Maschinen (15,3 %), Elektrotechnik (6,3 %), Elektronik (6,0 %), Nahrungsmittel (4,6 %) sowie Mess- und Regeltechnik (3,4 %).

Tabelle 2 Spaniens Außenhandel im Vergleich zum Außenhandel mit Deutschland, in Mrd. EUR, 2015 - 2017

| | 2015 | % | 2016 | % | 2017 | % |
|--------------------------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|
| Einfuhr allgemein | 275,0 | 1,8 | 273,2 | -0,7 | 310,5 | 13,6 |
| Ausfuhr allgemein | 250,5 | 2,6 | 254,5 | 1,6 | 282,8 | 11,1 |
| Saldo | -24,5 | - | -18,7 | | -27,7 | - |
| dt. Einfuhren | 26,4 | 6,6 | 27,9 | 5,4 | 31,6 | 13,4 |
| dt. Ausfuhren | 38,7 | 11,2 | 40,5 | 4,6 | 43,1 | 6,3 |
| Saldo | 12,3 | - | 12,6 | | 11,4 | - |

Quelle: GTAI (2018)

3.4 Bevölkerungs- und Einkommensstruktur

Die Einwohnerzahl beträgt in Spanien derzeit 46.733.038³, von denen 3.221.824 Menschen in der Landeshauptstadt Madrid leben. Während im Jahr 2013 46,7 Mio. Einwohner gezählt wurden, ging die Zahl in den Folgejahren stetig zurück, ehe sie im Jahr 2017 erstmals wieder anstieg. Gründe hierfür waren u. a. die Auswanderung der Spanier sowie die Rückkehr ausländischer Bürger in ihr Heimatland. 80,3 % der Bevölkerung lebt in der Stadt.

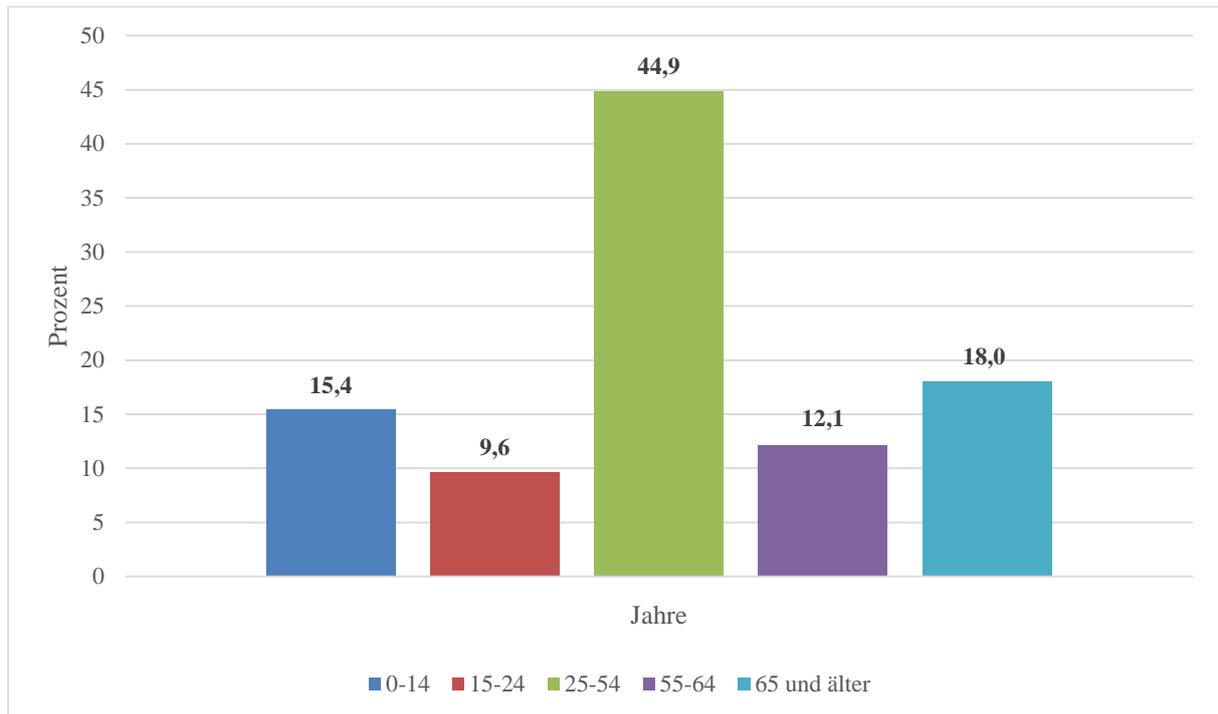
Nach Angaben des Spanischen Statistikamtes (Instituto Nacional de Estadística – INE) beläuft sich der männliche Bevölkerungsteil auf 22.914.086, der weibliche Anteil ist mit 23.818.952 leicht höher. Im ersten Quartal 2018 wurden insgesamt 4.663.726 Ausländer in Spanien gezählt. Das INE geht davon aus, dass die spanische Bevölkerung zwar bis 2032 über 49 Mio. Menschen zählen, jedoch nicht über die 50 Mio. hinausgehen wird. In dem Jahr 2017 gab es in dem Land etwa 391.930 Geburten und 423.643 Todesfälle. 2016 betrug die Lebenserwartung 83,11 Jahre, dabei kamen die Frauen mit 85,84 Jahren auf ein höheres Alter als Männer mit 80,31 Jahren.

Spanien verfügt, insbesondere im Vergleich mit Deutschland, über eine junge Bevölkerung. Die folgende Abbildung zeigt den Anteil der spanischen Bevölkerung entsprechend den Altersgruppen:

³ Quelle: Instituto Nacional de Estadística - INE (2018): Población residente en España. www.ine.es

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Abbildung 7 Spanische Bevölkerung nach Altersgruppen in %, 2017



Quelle: eigene Darstellung nach Angaben von GTAI (2018)

Insgesamt gibt es 18.503.541 Haushalte. Dabei sind Haushalte aus zwei Personen bestehend mit 5.621.911 die am meisten vertretenen. Die Durchschnittslöhne sind in den Krisenjahren weitestgehend eingefroren, nahmen jedoch mit der Erholung der Wirtschaft ab dem Jahr 2015 durch Lohnerhöhungen jährlich zu. Je nach Berufsgruppe und Position sowie Region bzw. Stadt fallen die Löhne unterschiedlich aus. Auch der Unterschied zwischen Frauen und Männern kann eine entscheidende Rolle bei der Höhe des Gehalts spielen. Gegenwärtig (2. Quartal 2018) verdient ein Spanier im Durchschnitt geschätzt 1.951,81 EUR⁴ brutto monatlich. Im 1. Quartal desselben Jahres belief sich die Summe auf 1.844,24 EUR. Im Jahr 2017 betrug das durchschnittliche Einkommen pro Haushalt 27.558 EUR und war somit leicht zum Vorjahr (26.730 EUR) gestiegen. Die Ausgaben wurden während der Krisenjahre weniger, stiegen 2015 wieder an. Im Jahr 2017 hatte ein spanischer Haushalt Ausgaben in Höhe von 29.188,19 EUR, pro Person waren es 11.726,36 EUR.

3.5 Kulturelle Besonderheiten

Spanien ist kulturell sehr vielfältig, was nicht zuletzt an den zahlreichen regionalen Unterschieden liegt, die durch unterschiedliche Gewohnheiten, Nationalitäten, Traditionen und Sprachen geprägt sind.

⁴ Trade Economics (2018): Spain Average Nominal Monthly Wage. www.tradingeconomics.com

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Neben Polen gilt auch Spanien als eines der religiösesten Länder Europas. Offiziellen Angaben zufolge gehören über 90 % der spanischen Bevölkerung der römisch-katholischen Gemeinde an. Nichtsdestotrotz sieht die spanische Verfassung die Religionsfreiheit vor. Somit befinden sich auch kleinere Minderheiten im Land, zu denen Juden, Muslime, Protestanten und Hindu zählen. Diese verfügen auch über ihre eigenen Gebetsstätten. Religion spielt allgemein eine sehr große Rolle im Leben der Spanier, dies zeigt sich auch anhand der zahlreichen Pilgerstätten wie Santiago de Compostela oder Montserrat in Katalonien, die jährlich zahlreiche Gläubige aus Spanien und dem Ausland anziehen.

Spanisch gilt als Amtssprache, doch auch regionale Sprachen (z. B. Katalonisch, Baskisch, etc.) finden in den Autonomen Gemeinschaften⁵ Spaniens ihre Verwendung. Für geschäftliche Zwecke wird auch zunehmend auf die englische Sprache zurückgegriffen. In touristischen Gegenden kann es häufiger vorkommen, dass auch Deutsch angewandt wird.

Die kulturelle Vielfalt spiegelt sich ebenfalls in der Essenskultur wieder. Spanier sind im Allgemeinen Genussmenschen und die Küche nimmt eine hohe Stellung sowohl auf regionaler als auch nationaler Ebene ein. Spanier legen viel Wert auf Tradition sowie auf heimische Gerichte. Nichtsdestotrotz sind sie offen für moderne sowie internationale Gerichte. Während das Frühstück meist aus Süßem (Kaffee und Gebäck) besteht, fällt das Mittag- und Abendessen üppiger aus. Spanier nehmen sich hierfür gerne Zeit und essen gerne in Gesellschaft. Üblicherweise werden größere Portionen bestellt, die untereinander aufgeteilt werden. Bei Geschäftsessen kann ein Gericht pro Person bestellt werden. Paella und Tortilla gehören mitunter zu den Nationalgerichten Spaniens. Zudem ist das Land bekannt für reichhaltige und dennoch simple Eintöpfe, Hülsenfrüchte, Fleisch- und Fischgerichte, Meeresfrüchte und Olivenöl sowie eine sparsame Verwendung von Gewürzen und Kräutern.

⁵ Auswärtiges Amt (2018): Länderinformationen Spanien. www.auswaertiges-amt.de

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Die Erholung der spanischen Wirtschaft wirkt sich auch auf die Agrar- und Ernährungswirtschaft positiv aus. Die spanische Bevölkerung konnte durch das wiederkehrende Wachstum von Gehaltserhöhungen profitieren und dies führte dementsprechend sowohl zur höheren Nachfrage nach Konsumgütern einschließlich Lebensmittel und Getränke als auch zu deutlich mehr Ausgaben. Obendrein erzielt die Wirtschaft, ganz oben mit dabei die Ernährungswirtschaft, an den Exporten, die sich als treibender Faktor während und nach der Krise erwies. Doch auch die erhöhte Binnenfrage nach Lebensmitteln, insbesondere von gesundheitsfördernden und ökologischen Produkten, treibt Spaniens Wirtschaft weiter an. Bekannt für seine Esskultur, die auch durch eine „Kultur des Teilens“ charakterisiert wird, ist Spaniens Ernährungswirtschaft weiterhin auf Tradition und Regionales bedacht, die bei allen Altersklassen einen hohen Stellenwert hat.

4.1 Einführung in die spanische Agrar- und Ernährungswirtschaft

Die Agrar- und Ernährungswirtschaft Spaniens zählt zu den zentralen wirtschaftlichen Branchen des Landes und belegt den 1. Platz im Bereich der verarbeitenden Industrie. Dem Nettoumsatz zufolge beansprucht Spaniens Lebensmittel- und Getränkeindustrie den 4. Platz innerhalb Europas und den 8. Rang weltweit. Sie trug im Jahr 2016 mit knapp 9 % zur Volkswirtschaft bei⁶. Allerdings ist sie stark fragmentiert und verfügt weitestgehend über kleine bzw. mittlere Unternehmen, die oft mit Hindernissen wie Innovation, Internationalisierung und Produktivität konfrontiert sind⁷. Rund 2,4 Mio. Menschen sind in der Branche tätig. Die Landwirtschaft hat im Jahr 2017 mit 2,6 % zum spanischen BIP beigetragen. Etwa 50 % des Festlandes wird für landwirtschaftliche Zwecke genutzt⁸. Spanien verfügt über 30 Mio. ha Land, das sich in 15,3 Mio. ha Ackerland, 8 Mio. ha Dauergrünland und 6,7 Mio. ha anderweitiger Flächen unterteilt. Insgesamt werden 23,3 Mio. ha Fläche für landwirtschaftliche Zwecke genutzt. Die Zahl der Flächen für den Bio-Anbau ist aufgrund des Öko-Booms gestiegen und beträgt laut Eurostat inzwischen über 2 Mio. ha, das sind 17 % der gesamten europäischen Anbauflächen für Bio-Produkte. Obst und Gemüse wird von den Spaniern sehr häufig angebaut und sowohl im In- als auch im Ausland verkauft. Dies gilt auch für Fisch und Meeresspezialitäten sowie Fleischprodukte. Bei den Getränken zählt v. a. der Anbau und Vertrieb von Rotwein zu Spaniens Spezialitäten.

Die spanische Lebensmittel- und Getränkeindustrie, die 3 % des BIP und 21 % der verarbeitenden Industrie ausmacht⁹, konnte im Jahr 2016 erstmals nach der letzten Krise wieder Rekordzahlen schreiben und ihre Produktion, den Export sowie die Zahl der

⁶ MAPAMA (2016): The Agri-Food Industry in Spain. The Numbers of a Leader. www.alimentacion.es

⁷ Invest in Spain (2017): Agro-food industry sector in Spain. www.investinspain.org

⁸ Europäische Kommission (2016): Spain – Cap in your country. www.ec.europa.eu

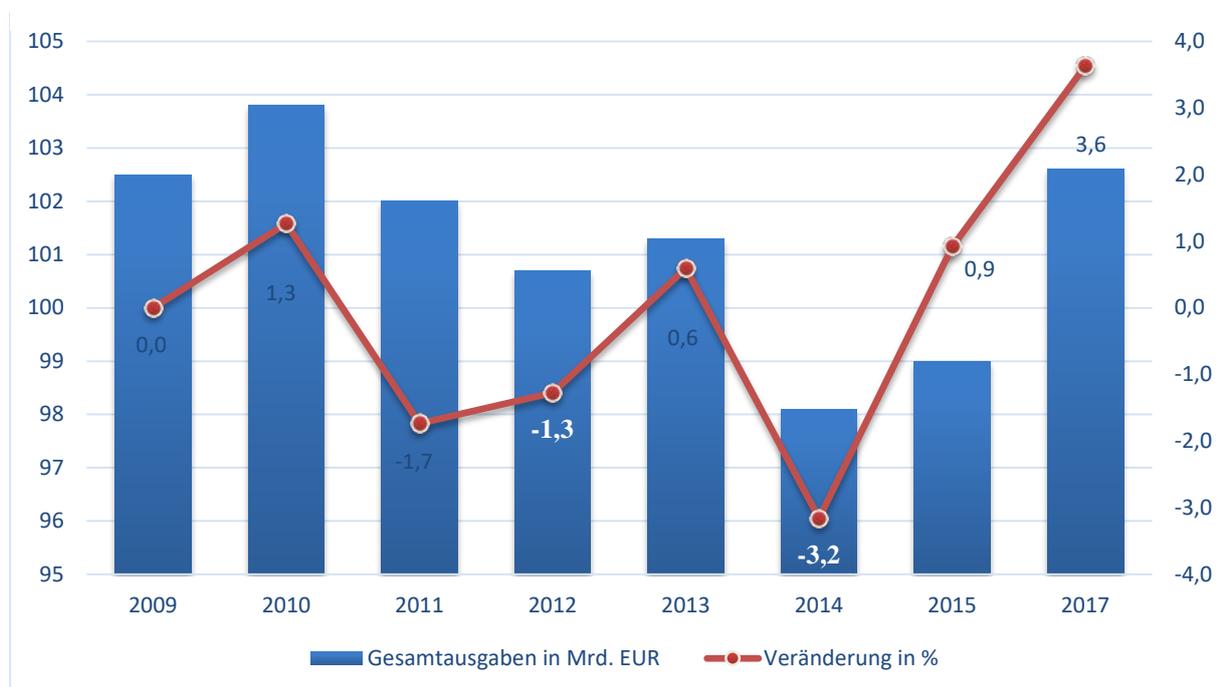
⁹ Foods and Wines from Spain (2017): Spanish Food and Beverage Industry leads the way. www.foodswinesfromspain.com

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Mitarbeiter steigern. Die landwirtschaftliche Produktion ist im Jahr 2018 auf einen Wert von 53,1 Mio. EUR angestiegen und erreicht somit einen neuen Höchstwert. Nicht nur die allgemeine Produktion, sondern auch in einzelnen Unterkategorien gibt es im Jahr 2018 eine positive Entwicklung. So stieg der Wert der pflanzlichen Produktion auf rund 32 Mrd. EUR und die Tierproduktion auf 19,3 Mrd. EUR.

Im 1. Quartal 2018 konnte die Lebensmittel- und Getränkeindustrie ihren Umsatz auf etwas über 2 Mrd. EUR aufgestockt werden. Das jährliche Wachstum wird derzeit auf 14 %¹⁰ geschätzt. Nach aktuellen Zahlen des spanischen Landwirtschaftsministeriums erreichte das landwirtschaftliche Einkommen rund 30 Mrd. EUR und somit 3,4 % mehr als im Vorjahr. Das Arbeitsvolumen ist indessen um 1,2 % zurückgegangen. Die Gesamtausgaben für Ernährung betragen über 102 Mrd. EUR, darunter 82,5 Mrd. EUR für Lebensmittel und 20,1 Mrd. EUR für Getränke¹¹. Die Gesamtausgaben für Lebensmittel nahmen im Jahr 2017 erstmal wieder stärker zu, wie die folgende Abbildung verdeutlicht. Gründe hierfür sind an erster Stelle der Zuwachs an Beschäftigung sowie die Anhebung der Gehälter, wodurch die Kaufkraft angekurbelt wurde.

Abbildung 9 Gesamtausgaben der spanischen Bevölkerung für Lebensmittel in Mrd. EUR, 2009 - 2017, prozentuale Veränderung zum Vorjahr



Quelle: Spanisches Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel (2018)

¹⁰ Statista (2018): Food & Beverages. www.statista.com

¹¹ MAPAMA (2018): Consumo Alimentario en España 2017. www.mapama.gob.es

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Der Vertrieb von frischen Lebensmitteln nahm trotz der erholenden wirtschaftlichen Lage ab und erzielte 39,9 % des Gesamtvolumens, das ist ein Minus von 3,3 % im Vergleich zum Vorjahr. Auch der erzielte Wert von frischen Lebensmitteln ist leicht zurückgegangen und betrug 43,5 % des Gesamtwertes (-0,7 %). Bei den sonstigen Lebensmitteln hingegen ist das Volumen auf 60,1 % gestiegen, das ein Plus von 1,1 % bedeutet. Der Wert erreichte 56,5 %, das sind +1,6 % mehr als im Vorjahr. Somit verzeichnete Spanien im Jahr 2017 eine Abnahme von 0,7 % in Bezug auf alle Lebensmittel. Der Wert konnte jedoch insgesamt um 0,6 % gesteigert werden.

Die wirtschaftliche Situation hat sich auch bei den Umsätzen des HoReCa-Sektors verändert, was nicht zuletzt der hohen Zahl an Touristen zu verdanken ist. Doch auch Spanier gehen inzwischen sehr gern außer Haus speisen und geben hierfür mehr Geld aus. Dadurch konnten Umsatz und Frequenz in diesem Bereich gesteigert werden. Für den Hausverzehr gaben Spanier im Jahr 2017 eine Gesamtsumme von rund 67,5 Mio. EUR aus. Außer Haus sind Ausgaben von etwa 35,1 Mio. EUR entstanden.

4.2 Konsumverhalten

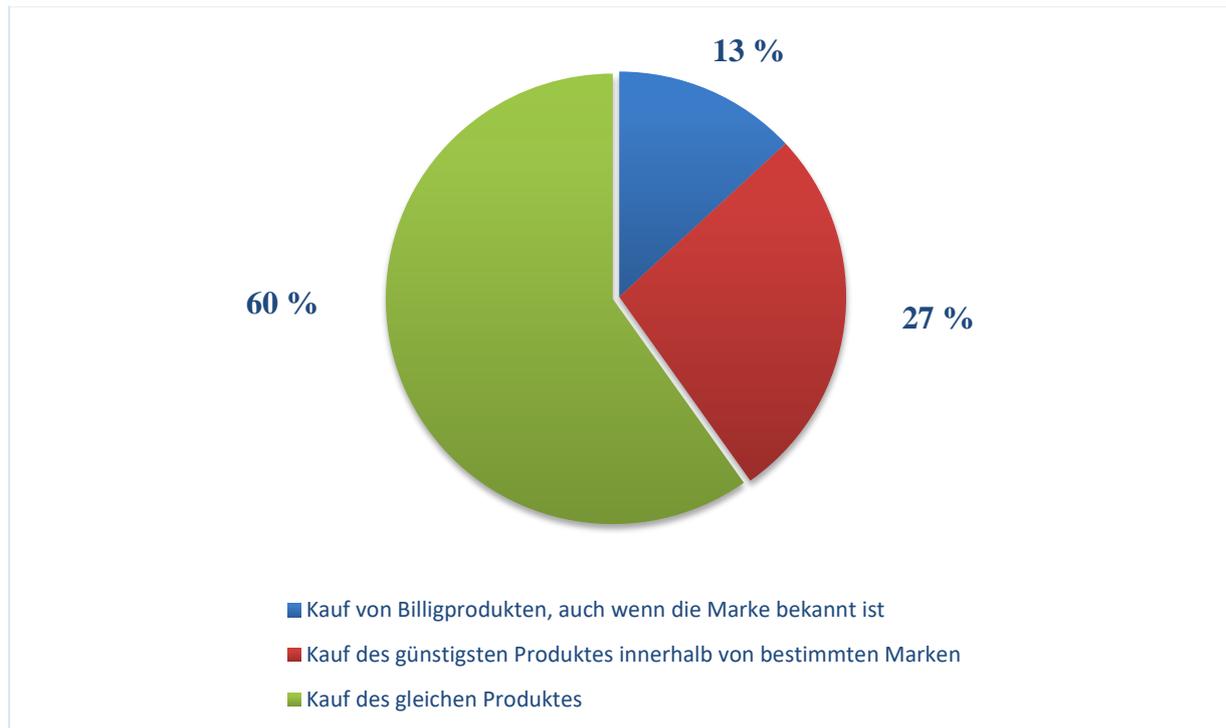
Die spanische Bevölkerung ist mit knapp 46,7 Mio. Einwohnern ein sehr großer Verbrauchermarkt, von dem die Lebensmittelindustrie profitiert. Durch die wirtschaftliche Stärkung und der damit einhergehende Anstieg der Gehälter, konsumieren die Spanier deutlich mehr als noch während der letzten Krise bzw. kurz nach der Krise. Der Preis bleibt zwar weiterhin ein wichtiger Faktor, doch nach einer Umfrage aus dem Jahr 2017 vom spanischen Landwirtschaftsministerium, gewinnen weitere Aspekte an Bedeutung: Zu den vier wichtigsten Kriterien gehören die Nähe des Vertriebskanals (63,3 %), gute Preise und Angebote (50,1 %), Produktqualität (44,6 %) und Produktdiversifizierung (41,1 %).

Spanier sind zwar markenbewusst und kaufen gerne Produkte von den ihnen bekannten Produkten ein, lassen sich aber zunehmend auch von neuen Produkten und Eigenmarken, wenn der Preis und die Qualität stimmen, zum Kauf verleiten. Dennoch sollte der traditionelle und kulturelle Faktor in Spanien nie außer Acht gelassen werden.

So sehr Innovation und Unbekanntes sowie Neugierde und Veränderungen reizen, so ist das Land beim Kauf von Lebensmitteln eher konservativ und steht hinter Tradition, Eigenproduktion und Genuss, was eine große Konkurrenz für ausländische Produzenten mit Vertriebszielen in Spanien bedeutet. Allerdings besteht auch bei spanischen Verbrauchern der Trend, dass jüngere Konsumenten immer weniger Markentreue zeigen und oft auf internationale und neue Produkte zurückgreifen, während ältere Konsumenten altbekannte Speisen und Getränke bevorzugen.

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Abbildung 11 Markentreue der Spanier in %, 2017



Quelle: Spanisches Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel (2018)

Die Verbrauchergruppen sind sehr unterschiedlich: von jung bis alt, die männliche und weibliche Bevölkerung, Spanier und Touristen. Einer Umfrage des Ministeriums für Landwirtschaft, Ernährung und Umwelt¹² zufolge, gibt einer von drei Spaniern an, ökologische Produkte zu sich zu nehmen. Dabei neigen Frauen aller Altersklassen eher dazu Bio-Produkte, v. a. Obst und Gemüse zu sich zu nehmen. Bei den Männern sind es an erster Stelle Männer mittleren Alters, d. h. zwischen 40 – 60 Jahren. 25 % der Befragten würden behaupten, dass sie täglich bzw. mehrmals die Woche ökologische Produkte zu sich nehmen.

Der Konsum der Touristen ist, insbesondere im Sommer, sehr ausgeprägt und das in erster Linie in den Küstenregionen, auf den Inseln sowie in der Hauptstadt Madrid und in Barcelona.

Im Durchschnitt gehen Spanier 2 – 3 mal die Woche einkaufen, meistens am Wochenende. Dabei planen die meisten Verbraucher genau, welche Lebensmittel sie kaufen möchten. Dabei liegt das Augenmerk auf frischer Ware, v. a. bei Tierprodukten sowie Obst und Gemüse. Oftmals kaufen sie deutlich mehr Produkte als geplant. Die ältere Bevölkerung beschränkt sich beim Kauf von Lebensmitteln auf Supermärkte und spezielle Lebensmittelläden. Die jüngere Bevölkerung bleibt zwar in der Hinsicht traditionell, doch von Jahr zu Jahr kaufen immer mehr junge Spanier auch online ein.

¹² Cocco: Así es el perfil del consumidor ecológico en España. www.coccofarm.com

Tabelle 3 Zusammenstellung und Entwicklung des Warenkorbs in Spanien, Volumen und Wert in %, 2017

| Lebensmittelprodukte | Zusammenstellung Warenkorb | | Entwicklung Warenkorb | |
|-------------------------------|----------------------------|----------|-----------------------|----------|
| | Volumen (%) | Wert (%) | Volumen (%) | Wert (%) |
| Fleisch | 7,5 | 21,1 | -1,4 | 1,1 |
| Fisch | 3,7 | 13,3 | -3,3 | 0,9 |
| FrISChe Früchte | 14,6 | 9,1 | -3,5 | -0,9 |
| Gemüse, frISChe Kartoffeln | 12,1 | 7,7 | -3,6 | -0,5 |
| Brot | 5,1 | 5,3 | -2,5 | -3,3 |
| Öl | 1,9 | 2,4 | -3,8 | 1,3 |
| Eier (kg) | 1,3 | 1,2 | 1,7 | 2,6 |
| Milch, Milchprodukte | 17,2 | 12,1 | 0 | -1,2 |
| Wein, Nebenprodukte | 1,5 | 1,7 | -1,6 | -1,7 |
| Flaschenwasser | 9,7 | 0,9 | 5,7 | 4,4 |
| Spirituosen | 0,1 | 0,5 | -5,8 | -7,6 |
| Softdrinks | 6,6 | 2,3 | -0,9 | -0,5 |
| Sonstige Lebensmittel | 18,6 | 22,6 | 1,5 | 3,0 |

Quelle: Spanisches Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel (2018)

Preis, Qualität und die Erreichbarkeit der Produkte sind entscheidende Kaufkriterien der Konsumenten. Doch auch die Marke „Made in Germany“ kann hier ein wesentlicher Faktor zum Kauf von Lebensmitteln sein, da diese oft in Verbindung mit Qualität gebracht wird. Ökologische Siegel fördern zudem die Glaubwürdigkeit gesundheitsfördernder Produkte. Dabei legen die Spanier Wert darauf, dass Ihnen der Zahlungsweg erleichtert und ein guter Service angeboten wird.

4.3 Preisniveau / PreisLeistungsverhältnis

Das Wirtschaftswachstum lässt zwar Gehälter und Konsum steigen, doch gleichzeitig nehmen die Preise für Lebensmittel und Getränke zu, zumal auch die Nachfrage nach Luxusprodukten angestiegen ist.

Im Jahr 2017 beträgt der Pro-Kopf-Verbrauch eines Spaniers 633,36 kg, das sind 4,4 % weniger als im Jahr 2016. Der Pro-Kopf-Verbrauch, in EUR ausgedrückt, beläuft sich auf 1.479,81. Auch hier ist es ein Verlust von 3,2 %. Regional betrachtet liegen die Balearischen Inseln mit 708,79 kg beim Pro-Kopf-Verbrauch vorn. Damit verzeichnen sie ein Plus von

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

8,7 % zum Vorjahr. Es folgen die Kanarischen Inseln mit 693,08 kg (-1,9 %) und Katalonien mit 676,99 kg (+4 %). Das Schlusslicht bildet La Rioja mit 546,14 kg (+0,1 %). Beim Pro-Kopf-Verbrauch als Wert dargestellt, ist das Baskenland Spitzenreiter mit 1.729,31 EUR (+4,2 %), gefolgt von Katalonien mit 1.701,75 EUR und Kantabrien mit 1.615,48 EUR (+12,7%).

Tabelle 4 Konsum in kg und Ausgaben in EUR pro Kopf und Entwicklung in %, nach Autonomen Gemeinschaften, 2017

| Autonome Gemeinschaften | Pro-Kopf-Verbrauch (kg) | Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs (%) | Pro-Kopf-Verbrauch (€) | Entwicklung der Pro-Kopf-Ausgaben (%) |
|-------------------------|-------------------------|---|------------------------|---------------------------------------|
| Andalusien | 599,68 | -2,1 | 1.300,96 | +0,5 |
| Aragonien | 647,04 | -2,9 | 1.549,67 | -1,8 |
| Asturien | 666,96 | -5,9 | 1.610,30 | -4,1 |
| Balearische Inseln | 708,79 | +8,7 | 1.551,17 | +13,9 |
| Baskenland | 626,81 | +2,1 | 1.729,31 | +4,2 |
| Extremadura | 567,48 | -7,7 | 1.184,43 | -9,2 |
| Galicien | 662,59 | -1,2 | 1.599,02 | -0,1 |
| Kanarische Inseln | 693,08 | -1,9 | 1.382,74 | -1,9 |
| Kantabrien | 640,50 | +8,8 | 1.615,48 | +12,7 |
| Kastilien – La Mancha | 630,78 | -2,8 | 1.307,62 | -2,4 |
| Kastilien - León | 651,23 | -3,1 | 1.516,12 | -2,3 |
| Katalonien | 676,99 | +4,0 | 1.701,75 | +4,9 |
| La Rioja | 546,14 | +0,1 | 1.345,00 | -1,9 |
| Madrid | 573,69 | +2,4 | 1.455,94 | +4,2 |
| Murcia | 659,47 | +7,0 | 1.415,31 | +6,1 |
| Navarra | 624,57 | +1,9 | 1.559,26 | +5,2 |
| Valencia | 646,30 | +3,3 | 1.445,11 | +3,9 |
| Spanien Total | 633,36 | -4,4 | 1.479,81 | -3,2 |

Quelle: Spanisches Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel (2018)

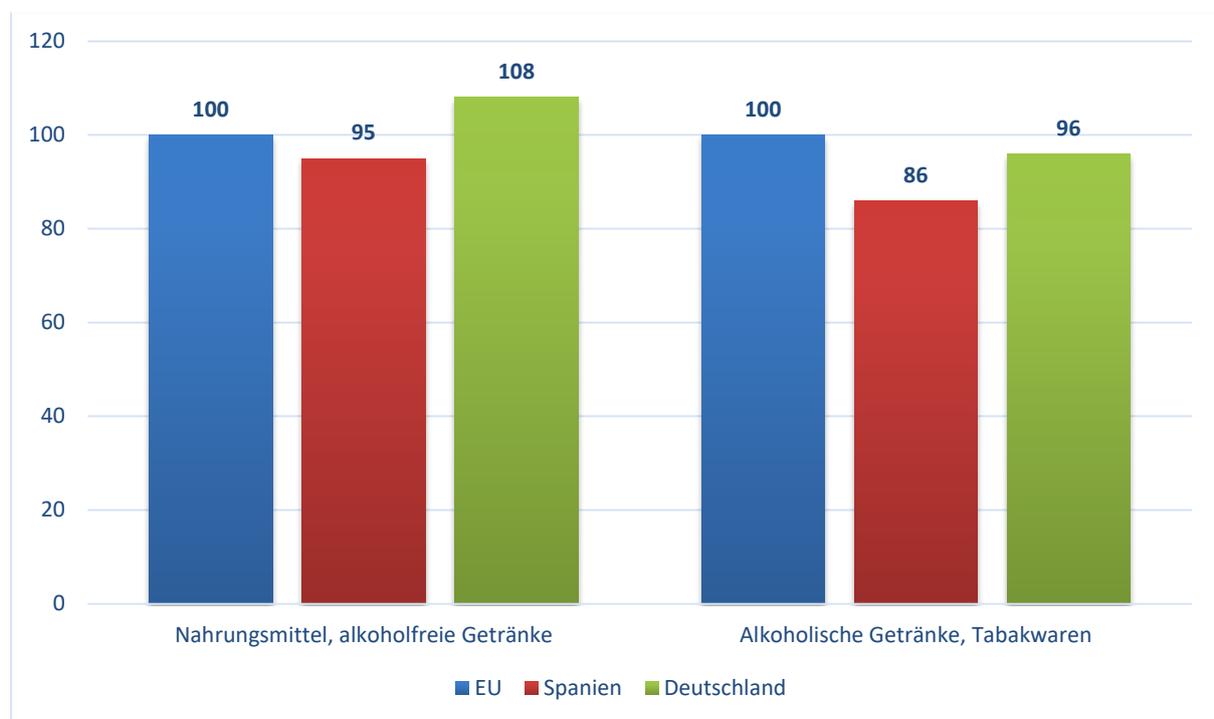
Die Produktpreise richten sich dabei zum einen an die Stadt bzw. Region in Spanien, das Produkt selbst und den Vertriebskanal, zum anderen spielen die Transportwege und der Herstellungsort eine große Rolle bei der Festlegung der Preise. Um Kosten zu sparen, wird daher nicht selten auf die heimische Produktion zurückgegriffen. In der Hauptstadt oder Touristenzielen werden Waren oft teurer angeboten, als es in ländlichen bzw. kleineren und unbekannteren Städten der Fall ist. Supermärkte bzw. Discounter, wie Mercadona und Lidl sowie Wochenmärkte, bilden für Lebensmittel eine günstige Variante in Spanien. Aber auch

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

in Warenhausketten wie El Corte Inglés können Lebensmittel eingekauft werden, wobei hier die Preise oftmals deutlich höher liegen, da Kundenservice und Markenprodukte von größerer Bedeutung sind.

Die Preise für Lebensmittel sind in Spanien deutlich geringer als in anderen EU-Ländern, inkl. Deutschland. Dies gilt sowohl für Lebensmittel als auch für die Getränke. Die folgende Abbildung zeigt den Preisniveauidiz Spaniens und Deutschlands im Bereich Nahrungsmittel und Getränke. Spanien liegt dabei unter dem Niveau Deutschlands, doch da Deutschland die Lebensmittelpreise in den vorherigen Jahren im Durchschnitt gesenkt hat, nähern sich die Werte deutlich an.

Abbildung 13 Preisniveauidizes für Nahrungsmittel und Getränke, 2017 (EUR = 100)

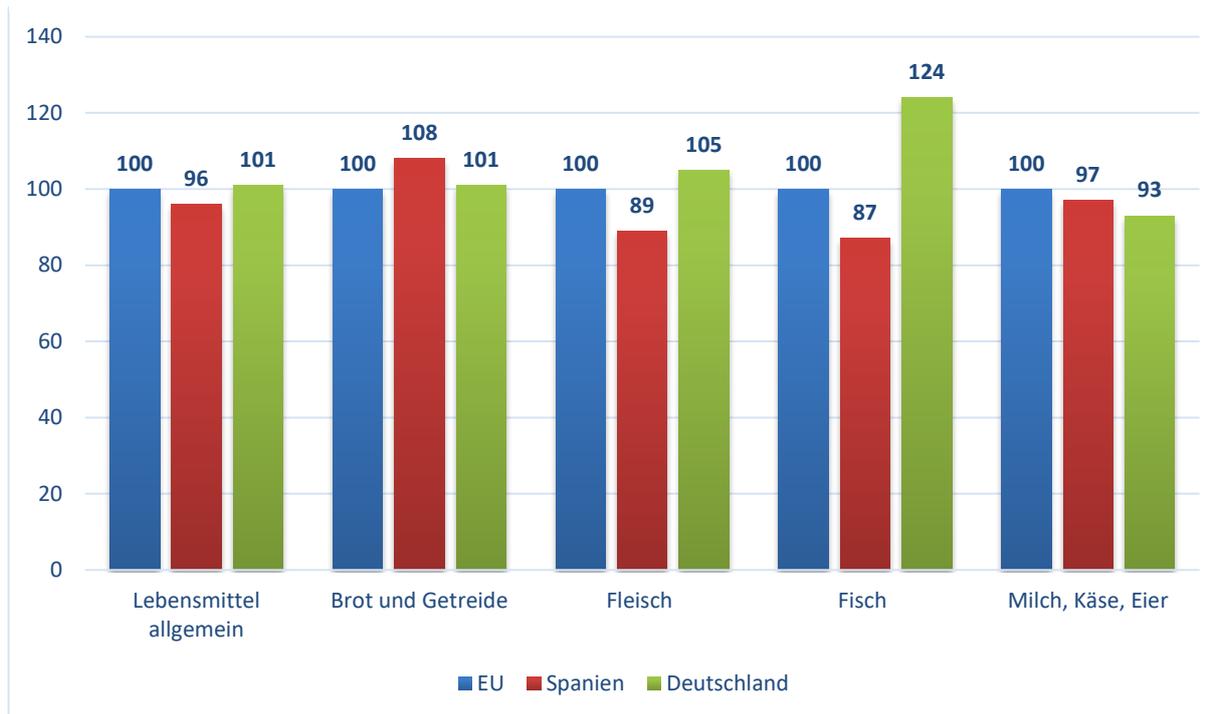


Quelle: Eurostat, 2017

Wird das Preisniveau nach Produkten genauer betrachtet, kann festgestellt werden, dass Deutschland in fast jeder Kategorie über dem EU-Durchschnitt und eindeutig über Spaniens Durchschnitt liegt. Lediglich mit Brot und Getreide liegt Spanien mit einem Index von 108 über dem EU-Durchschnitt und verfügt über einen höheren Preisindex als Deutschland.

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Abbildung 15 Preisniveauidizes für Lebensmittel und 4 ausgewählten Subkategorien, 2017 (EUR = 100)



Quelle: Eurostat, 2017

4.4 Außenhandel mit Lebensmitteln und Getränken

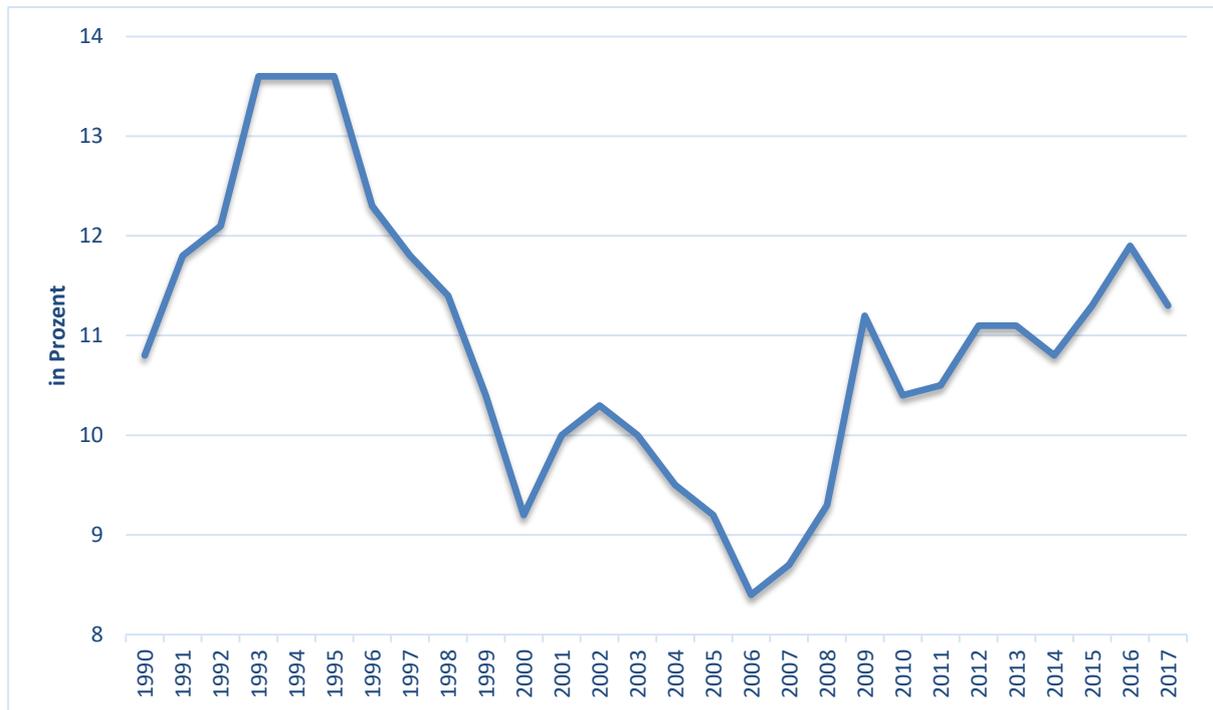
Spanien ist ein wichtiger Hersteller und Exporteur von Lebensmitteln. Der wichtigste Handelspartner ist die EU, weit vor anderen Ländern. Zu den Lebensmitteln werden auch lebende Tiere, Getränke und Tabak, tierische und pflanzliche Öle sowie Ölsaaten und ölhaltige Früchte gewertet.

4.4.1 Importe

Insgesamt importierte Spanien im Jahr 2017 Nahrungsmittel, Getränke und Tabak im Wert von 31.105 Mio. EUR. Dies bedeutet einen Wertezuwachs im Vergleich zum Vorjahr, in dem 29.032 Mio. EUR eingeführt worden waren. Die Nahrungsmittelimporte betragen somit 11,3 % aller Warenimporte Spaniens im Jahr 2017. Nach 2-jährigem Wachstum ist dies erstmals wieder ein Rückgang von 4,98 %.

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Abbildung 17 Anteil der Nahrungsmittelimporte an allen Warenimporten, in %

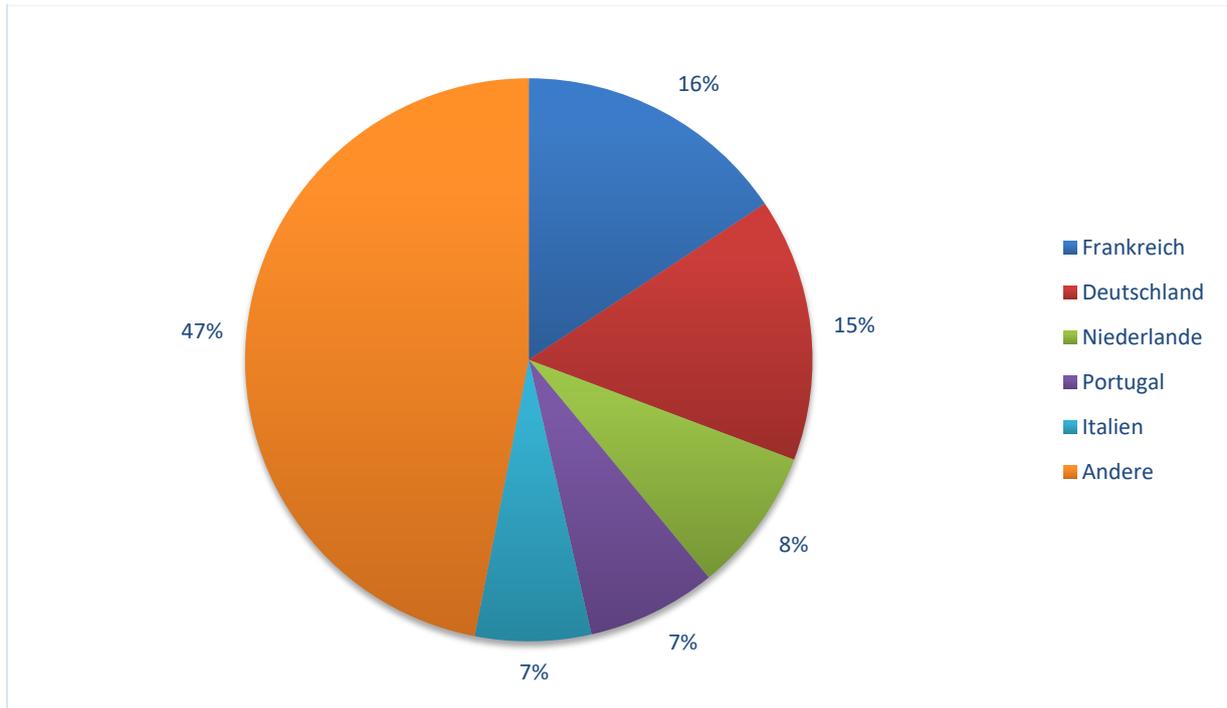


Quelle: Knoema, 2017

Zu den meist eingeführten Lebensmitteln in Spanien, in Bezug auf das Gesamtvolumen, gehören Körner und Cerealien (16,1 % aus der EU), Fisch und Meeresspezialitäten (11,9 %), Gemüsesäfte (7,2 %), Zucker und Süßwaren (6,9 %), Mahlprodukte (6,8 %), Brot, Kuchen und körnerenthaltende Produkte (5,5 %), Kaffee, Tee und Gewürze (5,6 %) sowie Obst und Gemüse (5,2 %). Die wichtigsten Exporteure im Jahr 2016 waren Frankreich, gefolgt von Deutschland und den Niederlanden sowie Portugal und Italien.

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Abbildung 19 Anteil der wichtigsten Lieferländer Spaniens in %, 2017



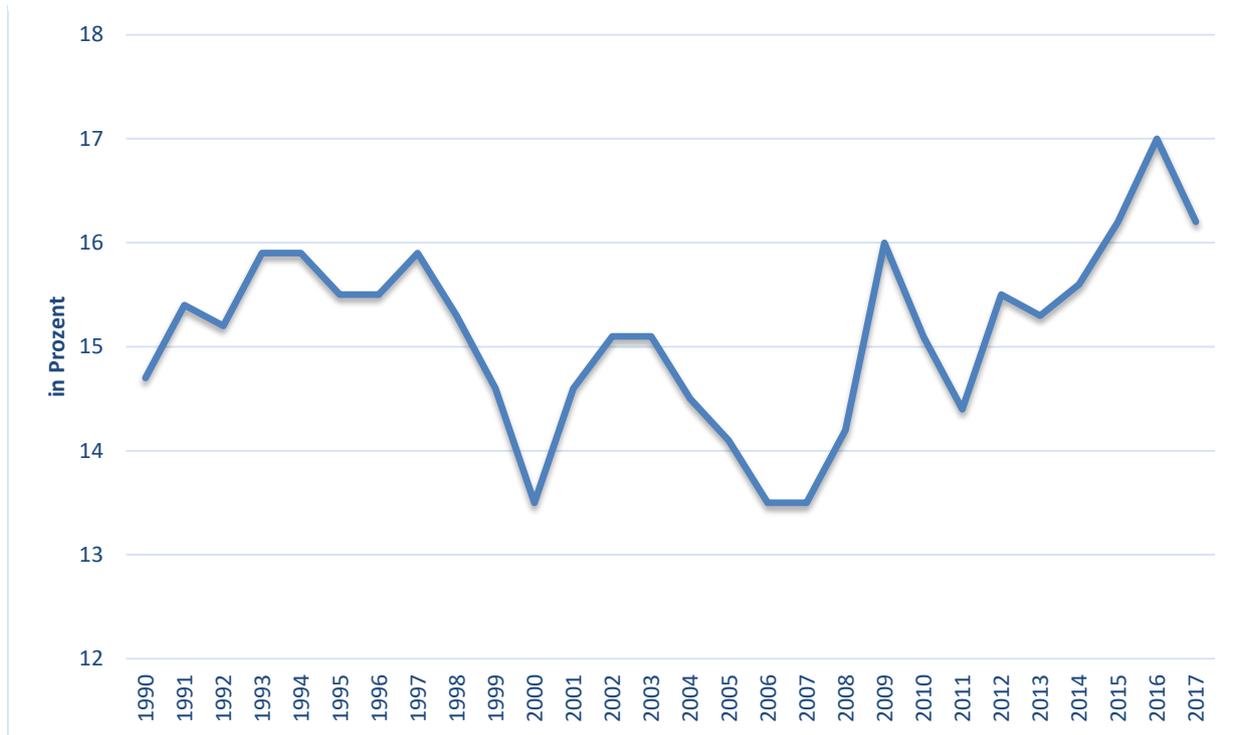
Quelle: Spanisches Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel (2018)

4.4.2 Exporte

Die Exporte fallen deutlich höher aus als die Importe. In den letzten 10 Jahren sind die Lebensmittelexporte Spaniens stark angestiegen und belegen innerhalb der EU den 4. Platz als Exporteur von Lebensmitteln nach den Niederlanden, Deutschland und Frankreich. Im Jahr 2017 erzielte Spanien einen Wert von über 50 Mrd. EUR und verzeichnete einen Anstieg um 6,8 % zum Vorjahr. Das macht einen Anteil von 16,2 % aller Warenimporte im Jahr 2017 aus. Im Vergleich zum Vorjahr sind es 4,51 % weniger. Rückblickend waren die Nahrungsmittelsexporte meist höher als die Importe, was an der hohen Zahl der Eigenproduktion, die auch für den Export gedacht ist, liegt.

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Abbildung 21 Anteil der Nahrungsmittlexporte an allen Warenexporten, in %, 2017

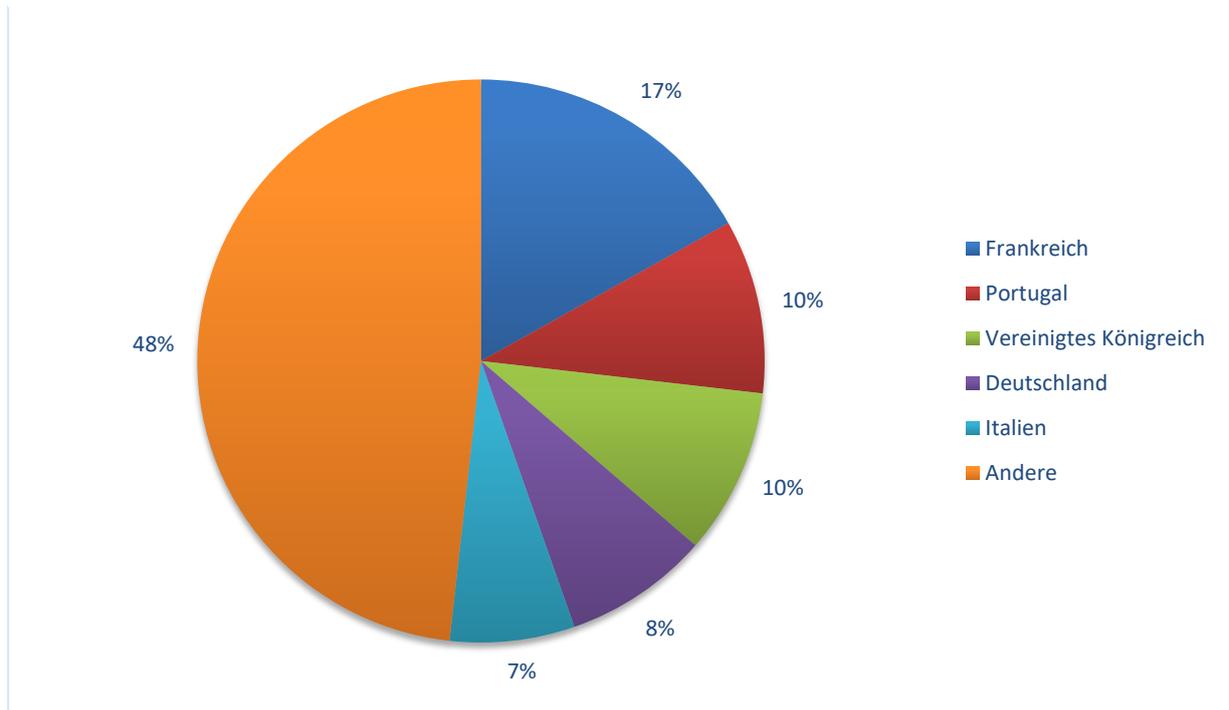


Quelle: Knoema, (2017)

Am häufigsten wurden Produkte wie Früchte und Nüsse (34 % des Gesamtvolumens), Gemüse und Obst (24,5 %), Fisch und Meeresfrüchte (12,3 %), Früchte und Gemüse in Konserven (10,5%), Fleisch (10,3 %) und Fruchtsäfte (9,3 %) exportiert. Auch Olivenöl, Schweinefleisch, Zitrusfrüchte und Wein wurden häufig exportiert. Dabei waren die EU, insbesondere die Nachbarländer Frankreich und Portugal, aber auch das Vereinigte Königreich, Deutschland und Italien die wichtigsten Abnehmer im Jahr 2016.

4. Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft

Abbildung 23 Anteil der wichtigsten Abnehmerländer Spaniens, in %, 2017



Quelle: Spanisches Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel (2018)

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Im Jahr 2017 produzierte die Lebensmittel- und Getränkeindustrie Waren im Wert von 102 Mrd. EUR her und trug mit 3 % zum spanischen BIP bei¹³. Die verarbeitende Industrie machte 20 % des BIP aus. 30 Mrd. EUR wurden allein durch Exporte erzielt. Mit 29.018 Unternehmen sowie 503.675 Mitarbeitern ist der Agrar- und Ernährungswirtschaftssektor sehr gut gerüstet. Die einzelnen Lebensmittelbranchen tragen zu dem Erfolg des Sektors bei. Insbesondere die Fleischindustrie, der Obst- und Gemüsemarkt, die Fischerei sowie der Getränkemarkt haben einen besonders hohen Wert für die spanische Wirtschaft.

5.1 Landwirtschaftliche Erzeugnisse

5.1.1 Fleisch- und Wurstwarenindustrie

Der spanische Fleischsektor ist sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene nicht wegzudenken. Dies liegt daran, dass Fleisch- und Wurstgerichte tagtäglich aufgetischt werden und bei den meisten Spaniern dazugehören. Die spanische Fleischindustrie gilt als modern und wettbewerbsfähig. Zusätzlich sollen in den kommenden Jahren das Potential, die Digitalisierung sowie die Internationalisierung weiter ausgebaut werden. Im Jahr 2017 verzeichnete der Sektor ein Wachstum von 1,4 % und exportierte insgesamt 2,33 Mio. t Fleisch im Wert von 6.085 Mio. EUR. Mit einem Gesamtumsatz von knapp 24 Mio. EUR hat die Fleischindustrie einen Gesamtanteil von 22,3 % an der spanischen Lebensmittelindustrie.

Die Schweinefleischhersteller nehmen den Spitzenplatz in der spanischen Fleischindustrie ein und machen 84,5 % des erzeugten Fleisches und 64,1 % des Gesamtfleisches aus. Im Vergleich zum Jahr 2016 konnte die Schweinefleischproduktion im Jahr 2017 einen Anstieg um 1,63 % verzeichnen. Der Gesamtwert der Produktion betrug 4,24 Mio.t., wovon rund 60 % der Gesamtproduktion für den Direktverbrauch und 40 % für den industriellen Verbrauch vorgesehen sind. Auf regionaler Ebene ist Katalonien mit 1,75 Mio. t (-2,36 %) verarbeitendem Schweinefleisch der größte Verarbeiter. Es folgen Castilla y León mit 578.770 t (+1,83 %) und Aragonien mit 561.993 t (+17,99 %).

Neben Schweinefleisch ist auch das Rindfleisch sehr beliebt in Spanien. Die Produktion stieg jedoch mit 0,63 % deutlich geringer als die Produktion von Schweinefleisch. Im vergangenen Jahr wurden 641.003 t Rindfleisch produziert, wofür 2,38 Mio. Rinder geschlachtet wurden (+0,26 %). Der Großteil des hergestellten Rindfleisches (92 %) ist für den direkten Verzehr gedacht. Auch beim Rindfleisch ist Katalonien der größte Hersteller.

¹³ FIAB (2017): Sector. www.fiab.es

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Im Jahr 2017 verzeichnete auch die Geflügelindustrie ein Produktionswachstum von 1,02 % im Vergleich zum Vorjahr und produzierte 1,54 Mio. t Geflügelfleisch. 760,6 Mio. Vögel wurden hierfür geschlachtet. Auch hier ist Katalonien auf regionaler Ebene erster Hersteller.

Im Gegensatz zu den anderen Fleischsorten ging die Produktion von Schaffleisch in den spanischen Schlachthöfen im Jahr 2017 gegenüber dem Vorjahr um 1,95 % zurück. Es wurden 114.767 t Schaffleisch produziert und 9,8 Mio. Schafe geschlachtet. 98 % des verarbeitenden Schaffleischs ist für den direkten Verzehr hergestellt. Castilla y León sind Spitzenreiter in der Verarbeitung von Schaffleisch.

Tabelle 5 Fleischproduktion in Spanien in t, 2017

| Tierart | Fleischproduktion in t | | |
|----------|------------------------|-----------|-----------|
| | 2015 | 2016 | 2017 |
| Schwein | 3.854.658 | 4.181.091 | 4.249.161 |
| Rind | 626.104 | 637.013 | 641.003 |
| Schaf | 115.864 | 117.054 | 114.767 |
| Ziege | 9.120 | 9.904 | 10.720 |
| Pferd | 12.940 | 13.088 | 11.041 |
| Geflügel | 1.446.990 | 1.526.631 | 1.542.189 |
| Gesamt | 6.065.676 | 6.484.781 | 6.568.881 |

Quelle: Spanisches Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel (2018)

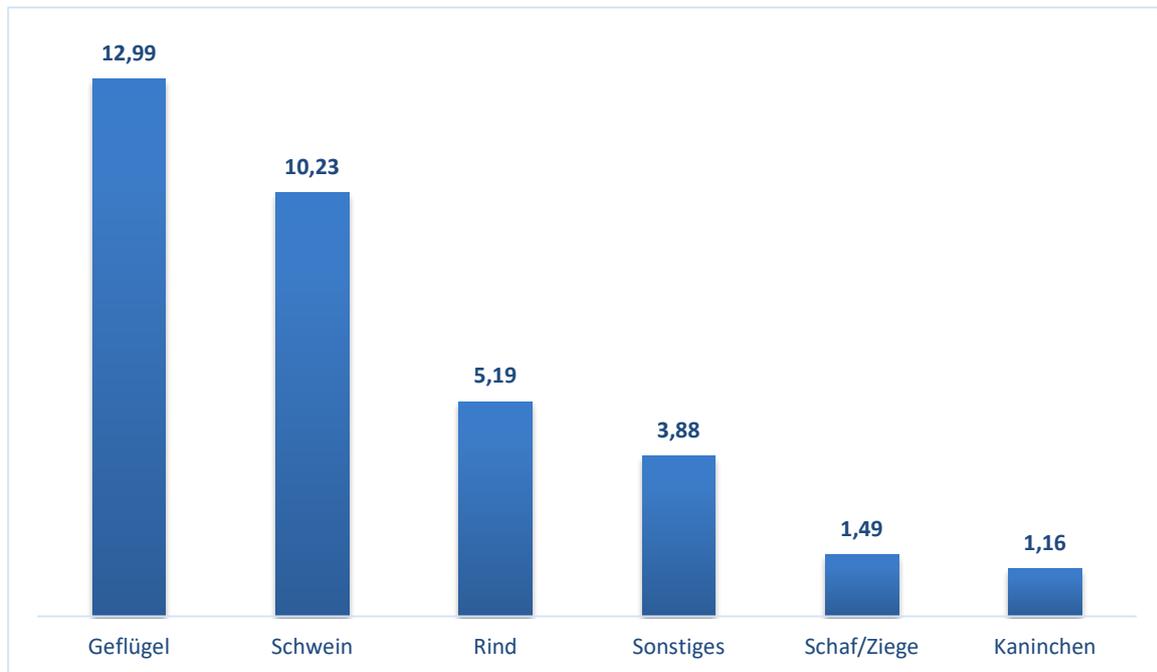
42,2 % aller spanischen Fleischunternehmen erfreuten sich im ersten Halbjahr 2018 an einer Umsatzsteigerung zum Vorjahr. Fast genauso viele Unternehmen gehen von einem weiteren Wachstum im nächsten Halbjahr aus.

Im Jahr 2017 sank der Eigenverbrauch von Fleisch und verarbeiteten Produkten im Volumen um 1,1 %. Sämtliches Frischfleisch nahm an Volumen ab (-2,1 %). Doch das Volumen von Schweinefleisch (+1,8 %), Hühnerfleisch (+0,8 %) und Kaninchenfleisch (+2,3 %) stieg weiter an, während das Rindfleisch (-0,8 %) und Schaf- bzw. Ziegenfleisch (-1,4 %) an Volumen verloren hat. Tiefgefrorenes Fleisch hingegen gewann an Volumen dazu. Gesundheit und Nachhaltigkeit sind besonders in der Fleischbranche Haupttreiber, um deren Kauf anzukurbeln.

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Geflügelfleisch wurde im Jahr 2017 mit fast 13 kg pro Person am häufigsten konsumiert. Das Schweinefleisch folgt trotz höchstem Produktionswert auf Platz 2 mit einem Verbrauch von 10,23 kg. Rind (5,2 %), Schaf und Ziege (1,5 %) sowie Kaninchen (1,2 %) werden deutlich weniger verzehrt.

Abbildung 25 Pro-Kopf-Verbrauch nach Fleischsorten in t, 2017

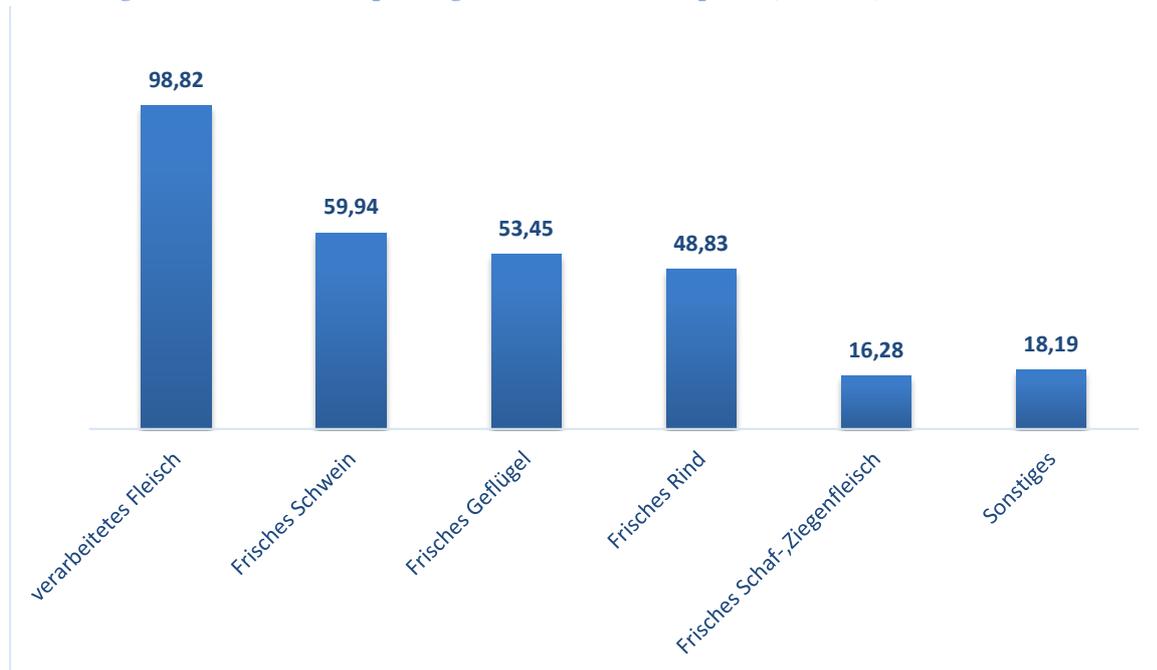


Quelle: Statista (2017)

Für verarbeitetes Fleisch werden jährlich 98,82 EUR ausgegeben. Anschließend geben Spanier das meiste Geld für Schweinefleisch (59,94 EUR) und Geflügel (53,45 EUR) aus. Für Rindfleisch geben Spanier immerhin noch 48,83 EUR im Jahr aus. Für Ziegen- und Schaffleisch sind es lediglich 16,28 EUR.

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Abbildung 27 Jährliche Pro-Kopf-Ausgaben für Fleisch in Spanien, in EUR, 2017



Quelle: Statista (2017)

Die Herstellung sowie der Konsum von Wurst und Schinken gehören in Spanien einer langen Tradition an. Besonders beliebt bei den Spaniern und inzwischen auch in anderen Ländern ist der Serrano und der Iberische Schinken. Die sogenannten Handelsmarken beim Wurstverkauf spielen eine entscheidende Rolle.

Das Wachstum des Marktanteils von Handelsmarken ist weiterhin ein bestimmendes Merkmal bei der Fleischverarbeitung, auch wenn es zuletzt zu einer leichten Abschwächung kam. Bei den verarbeiteten Produkten kam man auf 46,6 % und bei den geschnittenen Produkten auf stolze 61,8 %. Für folgende Produkte sind entsprechende Marktanteile bekannt: gehärteter Schinken (43,3 %), Lende Embuchado (58,5 %), Chorizo (62,3 %), Salchichón (44,7 %), Fuet und Longaniza (56,8 %), Wurstwaren und Yorks (64 %), Puten- und Hühnerspeck (57,7 %), gekochter Schinken (68,4 %), Brühwürste (59 %).

Aufgrund von Parameter-Preisen, Convenience, neuen geschnittenen Produkte mit leichteren Nährstoffprofilen, usw. sind die Marktanteile gestiegen, weshalb diese Produkte von großem Interesse für den Fachhandel sind.

Bei der Herstellung von verarbeitetem Fleisch kommt Spanien mit 1.380 Mio. t pro Jahr an 4. Stelle in der EU, gleich hinter Deutschland, Italien und Frankreich. Das Land zeichnet sich durch voluminöse Aufschnitte und wertvolle Schinken aus. Im Jahr 2017 nahm der Kauf von verarbeitetem Fleisch um 1,9 % zu.

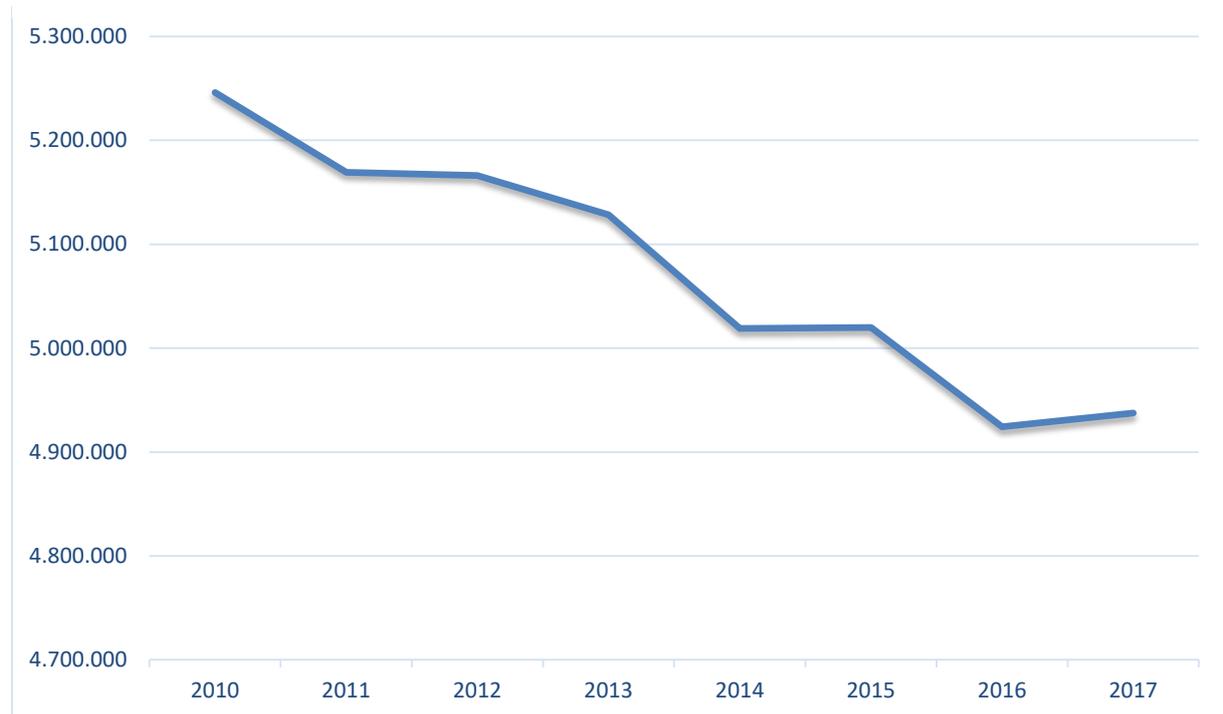
5.1.2 Milch und Molkereiprodukte

Die Produktion, Umwandlung und Vermarktungskette des Milchsektors sind ein wichtiger Bestandteil der spanischen Lebensmittelindustrie. Der jährliche Umsatz beträgt etwa 13 Mrd. EUR und schafft 30.000 Arbeitsplätze. Die Milchindustrie macht pro Jahr einen Umsatz von ungefähr 9,5 Mrd. EUR und verfügt über einen Anteil von 2 % der Industrieproduktion landesweit. Mehr als 30.000 Arbeitnehmer sind in diesem Sektor tätig. Im Jahr 2017 lieferten 60,7 % aller Viehzüchter Kuhmilch, 23,1 % Ziegenmilch und 16,2 % Schafmilch. In ganz Spanien existieren mehr als 1.500 Betriebe, die für die Einsammlung und Verarbeitung von Milch zuständig sind.

Der Konsum von Milch und Milchprodukten nimmt laut einer Umfrage zum Haushaltsverbrauch des Ministeriums für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel (MAPAMA) kontinuierlich ab. Lediglich im Jahr 2017 konnte der Verbrauch von Milchprodukten wieder leicht nach oben klettern und einen Wert von 4.937.444 t erreichen, im Vorjahr waren es 4.924.307 t. Der jahrelang andauernde Konsumrückgang stellt sich als große Herausforderung für die gesamte Branche dar. Sowohl vom Volumen als auch vom Pro-Kopf-Verbrauch her, wurden bei den wichtigsten Sparten Milch, Joghurt und Käse Rückgänge festgestellt.

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Abbildung 29 Verbrauch von Milchprodukten in Spanien, in t, 2017



Quelle: MAPAMA (2017)

Spaniens importierte Molkereiprodukte stammen zu 98 % aus der EU. Nachdem die Einfuhren in und nach den Krisenjahren rückläufig waren, gab es im Jahr 2017 erstmals wieder einen Anstieg. Im Jahr 2017 wurden somit 751.280 t importiert, eine leichte Verbesserung zum Jahr 2016 mit 749.746 t. Bei den Exporten entwickelte es sich sehr sprunghaft. Seit dem Jahr 2014 wächst das Volumen der Ausfuhren jedoch wieder stabil und erreicht im Jahr 2017 einen Wert von 611.192 t, im Vorjahr waren es 485.414 t. Die Handelsbilanz hat sich in den vergangenen Jahren wieder stabilisiert, doch während die Milchproduktion in Spanien weiter steigt, geht der Konsum zurück. Dies kann in naher Zukunft negative Auswirkungen haben.

Jährlich werden in Spaniens Industrien rund 7,6 Mio. t Milchprodukte hergestellt. Die Milchindustrie konnte eine Steigerung um 12 % und die Käseindustrie sogar eine Steigerung um 28 % verbuchen.

Während in Spanien mehr Milch produziert wurde, ging der Verbrauch bei den Haushalten um -6,35 % von 2012 – 2017 zurück. Bei den Molkereierzeugnissen waren es -0,72 %.

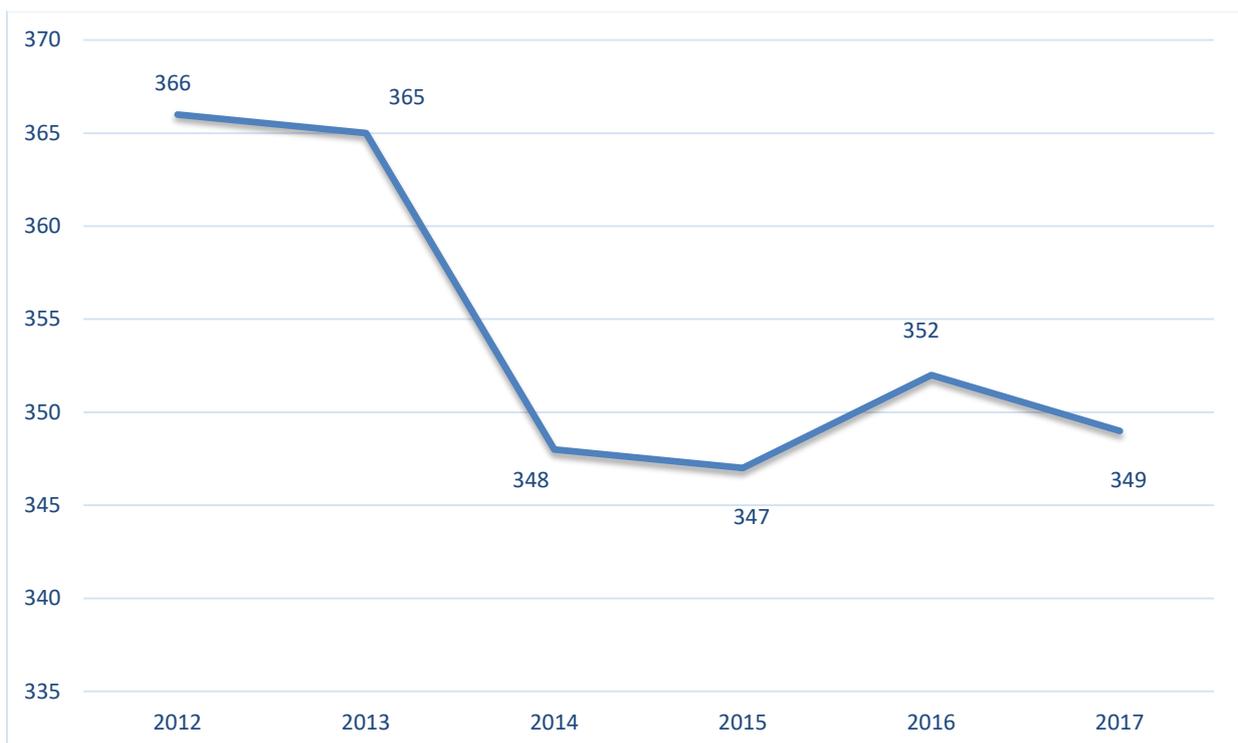
Die Spanier bevorzugen, laut MAPAMA, Halb-Magermilch (47 %). 28 % aller Befragten Spanier bleiben bei der Magermilch und 25 % konsumieren Vollmilch. Seit dem Jahr 2010 ist die Kuhmilchproduktion um 17,3 % gestiegen. Insgesamt wurden zwischen 2010 und 2016 mehr als 1 Mio. t Kuhmilch zusätzlich produziert. Die Exporte stiegen im selben Zeitraum um

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

fast 60 %, dies bedeutet, dass 465.000 t Milch mehr ausgeführt worden sind. Bei den Importen zeigt sich ein umgekehrter Trend. So fielen die Einfuhren von Kuhmilch zwischen 2011 – 2016 um -11,8 % zurück. Das sind 445.000 t Kuhmilch weniger.

Neben Milch und Joghurt, ist Käse das beliebteste Milchprodukt in Spanien. Insgesamt werden mehr als 150 Käsesorten in Spanien gezählt. 28 dieser 150 Käsesorten verfügen über eine geschützte Ursprungsbezeichnung. Der wirtschaftliche Wert der Käseproduktion unterschiedlichster Qualität beläuft sich auf rund 260 Mio. EUR. Darin enthalten sind die Verkäufe im nationalen und internationalen Verkauf. Aus einer Umfrage der MERCASA lässt sich schließen, dass der Verbrauch von Käse in den letzten Jahren um 1,4 % gestiegen ist und einen Verbrauch von 352.000 t erreicht hat. Diese Zahlen beziehen sich auf alle in Spanien verkaufte Käsesorten. Das ist ein Durchschnitt von etwa 8 kg Käse pro Person im Jahr und vergleichsweise unter dem Durchschnitt der EU (17 kg pro Person pro Jahr).

Abbildung 31 Käseverbrauch in Spanien pro Jahr, in Mio. kg, 2012 - 2017



Quelle: Statista (2017)

Auf regionaler Ebene sind die Kanarischen Inseln, Murcia, Asturien und Valencia die größten Käsekonsumenten. Navarra, das Baskenland sowie La Rioja sind diejenigen, die am wenigsten konsumieren. In Hinsicht auf die Käsesorten wird frischer Käse (28 % des Gesamtverbrauchs) am häufigsten konsumiert. Anschließend kommen mittelharte Käsesorten (23 %) und Schmelzkäse (12 %).

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Käse wird größtenteils über Supermärkte vertrieben (57,3 % aller Verkäufe). Discounter kommen an zweiter Stelle, allerdings nur mit 18,1 %. Es folgen Hypermärkte mit 14,4 % und traditionelle Läden mit 5,2 %. Nur 0,8 % aller Käseverkäufe laufen über den Online-Handel.

5.1.3 Obst und Gemüse

Der Konsum von Obst und Gemüse ist in den letzten 50 Jahren zurückgegangen und das um fast 40 %. Die Altersklasse beachtend, wird festgestellt, dass die ältere Bevölkerung viel mehr Obst und Gemüse zu sich nimmt als Kinder und Teenager. Regional betrachtet, wird in Aragonien, im Baskenland, Kantabrien und Katalonien am meisten Obst und Gemüse verzehrt. Zwischen 3,4 – 3,2 Portionen werden täglich nach Angaben der Spanier eingenommen. In La Mancha, Extremadura, Andalusien und den Kanarischen Inseln werden zwischen 2,3 und 2,6 Portionen pro Tag verzehrt.

Im Jahr 2017 ist der Verzehr beider Kategorien rückläufig: 4.216 Mio. kg (-3,5 %) Obst und 4,1 % weniger Gemüse wurden verbraucht, und dennoch bleibt beides ein Grundnahrungsmittel, was zu einem allgemeinen hohen Konsum führt. Sie bilden 26,7 % des spanischen Warenkorb ab, das macht etwa 170 kg pro Person pro Jahr aus. Spanier geben etwa 18,8 % ihrer Gesamtausgaben dafür aus.

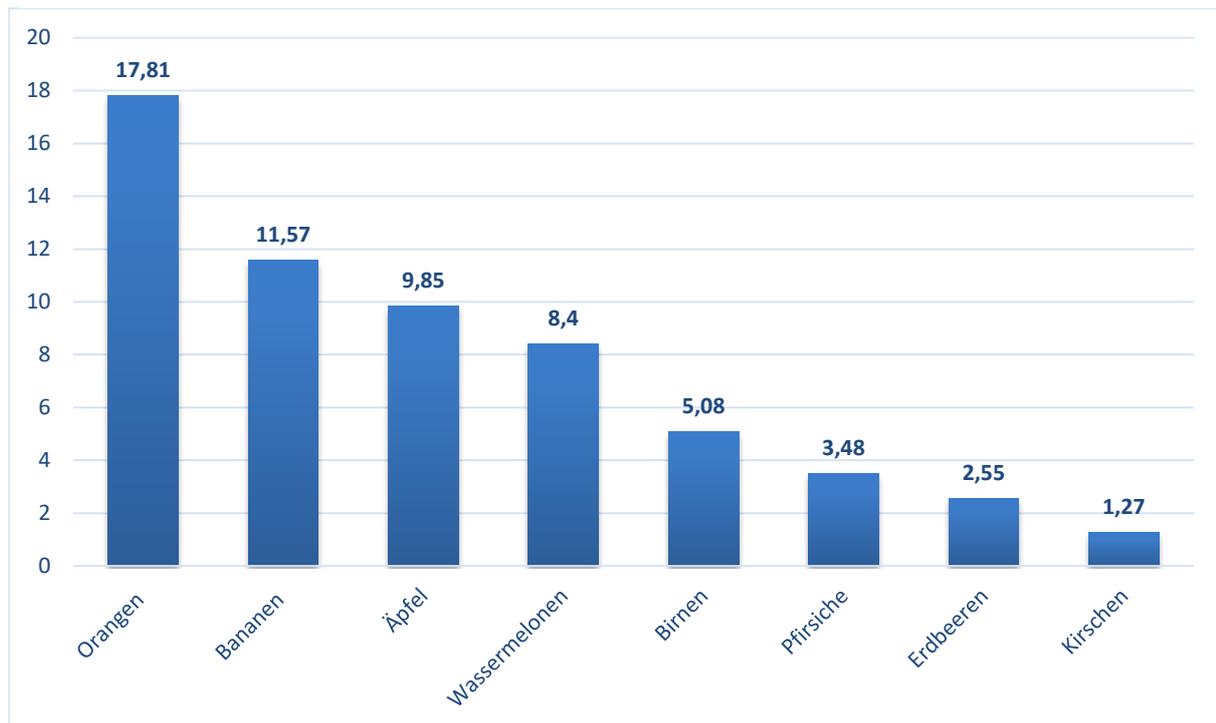
Darüber hinaus beruht der Anteil der Menge an Gemüse, die am häufigsten außer Haus verzehrt wird, 31,9 %. Die Pro-Kopf-Ausgaben liegen derzeit bei 98,30 EUR pro Person im Jahr, das ist ein Rückgang von 3,1 % gegenüber dem Vorjahr. Der Pro-Kopf-Verbrauch beträgt 55,43 kg pro Person im Jahr (-7,7 %). Spanier konsumieren insbesondere Gemüse, solches wie Tomaten, Zwiebeln, Kopfsalate, Endivien, Zucchini, Möhren, grüne Bohnen und Gurken.

Um weiterhin ein Wachstum verzeichnen zu können, müssen Hersteller zunehmend auf Differenzierung und Mehrwert achten. Auch eine ökologische Note zahlt sich häufig aus. Dabei kann es sich um Labels, Siegel oder um Qualitätsmarken handeln. Ein weiterer Trend in Spanien sind Convenience-Produkte wie fertigeschnittenes Gemüse oder Obst sowie Tiefkühlprodukte, der sich aufgrund des sich ändernden Lebensstils und einen zunehmenden Komfort entwickelte.

Die Ausgaben für Obst betragen im Jahr 2017 etwa 6.140 Mio. EUR und sind somit geringer als in den Jahren zuvor. Der Pro-Kopf-Verbrauch ist ebenfalls um 7,1 % auf 92,45 kg pro Person jährlich zurückgegangen und die Pro-Kopf-Ausgaben sanken um 4,6 % auf 134,6 EUR. Orangen, Bananen und Äpfel bleiben die drei Hauptfruchtsorten, trotz leichtem Rückgang (19,3 %, 12,5 % bzw. 10,6 %).

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Abbildung 33 Pro-Kopf-Verbrauch von frischem Obst in Spanien, in kg, 2017 (Auswahl)



Quelle: eigene Darstellung, Statista (2017)

Spanien produzierte zwischen 2014 – 2016 frisches Obst und Gemüse in einer Menge von 27,8 Mio. t. Die unterteilen sich in 54 % Gemüse, 38 % Obst und 8 % Kartoffeln. Knapp 60 % der Produktion sind für den Export vorhergesehen, die restlichen 40 % für den Inlandsverbrauch.

Der spanische Export von Obst und Gemüse belief sich im 1. Quartal 2018 auf 3,8 Mrd. EUR. Das sind 6 % weniger gegenüber dem Vorjahr. Das Volumen ist mit 3,5 Mio. t relativ stabil geblieben. Spanien ist weltweit der wichtigste Exporteur von frischem Obst und Gemüse. Das Land exportiert mehr als 12 Mio. t frisches Obst und Gemüse im Wert von mehr als 12 Mrd. EUR. Von allen in Spanien produzierten Zitrusfrüchten wurden mehr als 40 % (3 Mio. t) aller spanischen Zitrusfrüchte (7,1 Mio. t) im Ausland vertrieben.

In Sachen Frucht- und Gemüseimporte legten die Zahlen bis zum Jahr 2016 einen Aufwärtstrend hin und konnten ihren Wert um 17 % ausbauen und ein Volumen von 2,9 Mio. t und einen Wert von 2,3 Mio. EUR erzielen.

5.1.4 Getreide und Mehl

Die spanische Mehlinindustrie wird in mehrere Unterkategorien unterteilt. Dazu gehören Bäckereien, Süßwaren- und Backhersteller, Babynahrungshersteller sowie viele weitere Lebensmittelhersteller. Das INE gibt an, dass im Jahr 2016 die Produktion von Weichweizenmehl mit 3.264.410 t leicht über dem Durchschnitt der letzten 10 Jahre lag. Die Produktion ist seit dem Jahr 2010 somit um 10,9 % gestiegen. Jährlich werden von der Mehlinindustrie rund 5 Mio. t Getreide zu Mehl verarbeitet, davon gehen etwa 60 % an die Backindustrie. 600.000 t Hartweizen werden zudem für den Teigwarengriß verwendet. 200.000 t an sonstigem Getreide (Roggen, Dinkel, usw.) werden für die Lebensmittel- und die Backwarenindustrie weiterverarbeitet.

Die Getreideproduktion soll im Jahr 2018 schätzungsweise 23,8 Mio. t erreichen. Im Vorjahr waren es nur 15,5 Mio. t. Das sind 53,5 % mehr. Castilla y León ist die wichtigste Autonome Gemeinschaft für Getreideproduktion und erwartet im Jahr 2018 eine Ernte von 8,3 Mio. t (+142,22 %). Zweitwichtigste Region ist Castilla La Mancha mit voraussichtlichen 4,07 Mio. t (+54,22 %). Anschließend folgen Aragonien mit 3,51 Mio. t (+20 %) und Andalusien mit 2,75 Mio. t (+26,73 %).

In Bezug auf die verschiedenen Getreidesorten soll der Weichweizen von 3,51 Mio. t im Jahr 2017 auf 6,98 Mio. t in 2018 steigen, das wäre ein Plus von 98,7 %. Die Gerstenproduktion soll von 5,6 Mio. t auf 9,42 Mio. t ansteigen (+67,8 %). Für Mais wird eine annähernd gleiche Ernte wie im Vorjahr vorhergesehen (3,4 Mio. t). Bei Hartweizen wird mit einer leicht gesteigerten Ernte von 1,39 Mio. t gerechnet. Zudem soll auch die Ernte von Hafer, Roggen und Triticale an Wachstum gewinnen. 1,51 Mio. t Hafer (2017: 1,07 Mio. t), 382.229 t Roggen (2017: 151.796 t) und 738.111 t (2017: 606.442 t) sind für 2018 vorgesehen.

Getreide und Mehl werden in Spanien an erster Stelle exportiert. Nach Angaben des Zolls belief sich das Gesamtvolumen des Exports im Jahr 2016 auf 181.000 t Mehl und Griß. Der Weizen, der von der Mehlinindustrie genutzt wird, stammt dabei überwiegend aus dem Ausland, da ein strukturelles Defizit bei der Weichweizenproduktion besteht. Die Mehlinindustrie ist sehr gut aufgebaut und ist in der Lage die Binnen- als auch die Auslandsnachfrage zu decken.

Sowohl in Spanien als auch in anderen EU-Ländern wurden in den letzten Jahren ein Rückgang der Mehlexporte sichtbar. Dieser ist darauf zurückzuführen, dass in den Entwicklungsländern neue Produktionskapazitäten entstanden sind.

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Spanien ist beim Import von Getreide Spitzenreiter. Fast 3,51 Mio. t (33,7 %) wurden zuletzt eingeführt. Darunter befinden sich etwa 3 Mio. t Maiskörner, 263.848 t Weichweizen, 132.402 t Gersten, 71.090 t Sorghum und 7.421 t Roggen. 24,42 Mio. t Ölsaaten wurden zudem von der EU importiert. 17,57 % (4,29 Mio. t) der Ölsaaten gingen an Spanien.

Die EU ist wichtigster Handelspartner von Spanien im Getreidebereich. In einigen Fällen, beispielsweise bei Mais, stammen die meisten Einfuhren jedoch aus Drittländern.

Aufgrund ständiger Veränderungen im Lebensmittelsektor (neue gesetzliche Regelungen, Trends wie das eigene Wohlbefinden und Bio-Produkte, neue Geschmacksrichtungen) sieht auch die spanische Mehlindustry Weiterentwicklungen und Innovationen vor. So entstanden in den vergangenen Jahren vielfältige Sortimente mit verschiedenen Geschmacksimpulsen im Mehl- und Getreidesektor: grobkörnige Mehle, Pseudocerealmehle, Integration verschiedener Samen, usw. Zudem wird aus Sicht des Wohlergehens der Konsum von Vollkornmehl und Kleie angekurbelt.

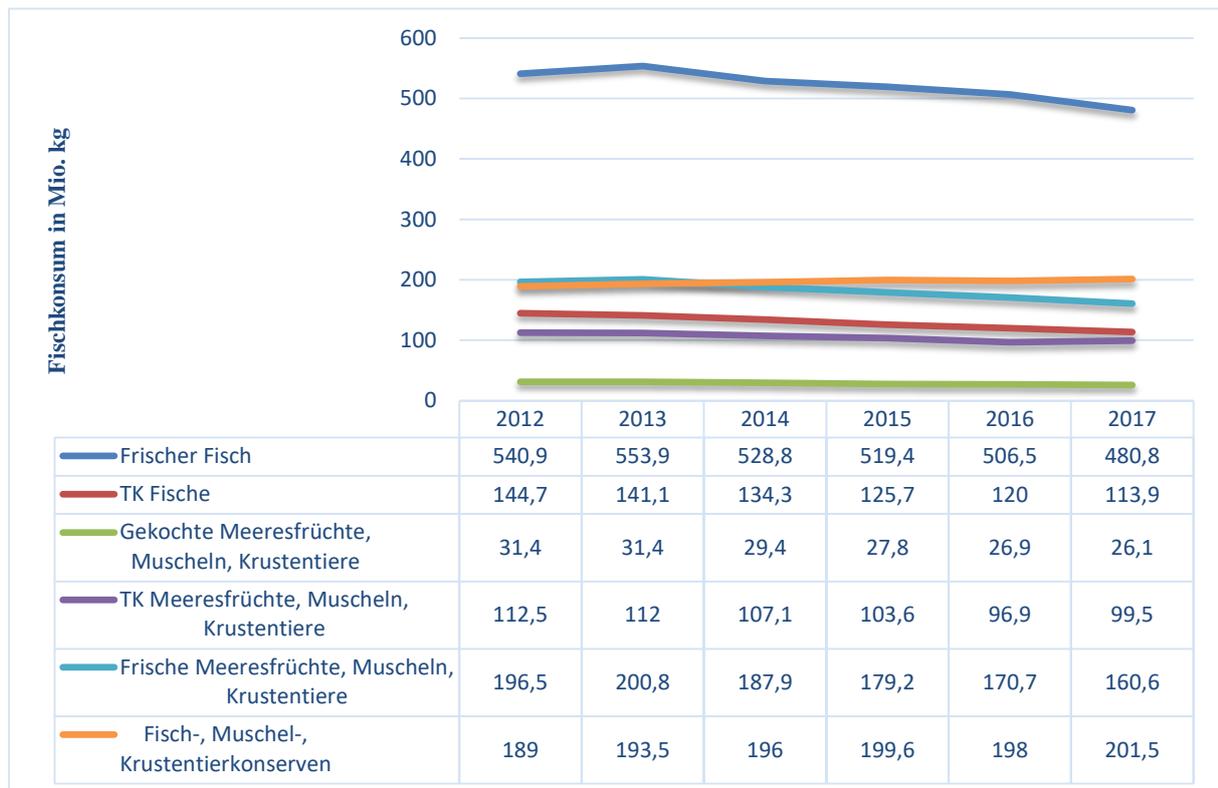
5.2 Fischprodukte und Meeresspezialitäten

Spanien ist weltweit der fünftgrößte Verbraucher von Fisch und Meeresspezialitäten und ist das führende europäische Land beim Volumen des Fischfangs. Die günstige geografische Lage des Landes trägt positiv zum Fischkonsum bei. Im Jahr 2016 wurden 898.333 t¹⁴ Fische und Meeresfrüchte eingefangen. Die Erstverkäufe von Fischereierzeugnissen nahmen im Jahr 2015 einen Wert von 2.043 Mio. EUR ein. Der Inlandsverbrauch in Spanien ist mit 43 kg deutlich höher in Deutschland (15 kg). Allerdings sind Meeresprodukte relativ teuer, weswegen die Haushalte mit geringerem Einkommen einen viel geringeren Verbrauch aufweisen.

¹⁴ ABC Economía (2017): La industria pesquera española se enfrenta a un mar de fondo. www.abc.es

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Abbildung 35 Volumen des Fischkonsums in Mio. kg nach Verkaufsformat in Spanien von 2012 - 2017



Quelle: Statista (2017)

Die Fischereistatistik des MAPAMA wurden insgesamt 904.032 t Fisch im Wert von 2.095.551.390 EUR gefangen.

Die oben dargestellte Abbildung zeigt den jährlichen Fischkonsum Spaniens von 2012 – 2017 in Mio.kg. Frischer Fisch wird den Angaben zufolge am meisten konsumiert. Während in den Krisenjahren bis 2013 noch 553,9 Mio. kg Fisch konsumiert wurde, nahm der Verzehr in den Folgejahren konstant ab. Im Jahr 2017 wurden schließlich 480,8 Mio. kg frischer Fisch verbraucht. Bei tiefgefrorenen Produkten besteht eine ähnliche Entwicklung. So ist auch das Volumen des zu sich genommenen Tiefkühlfishes in den letzten 5 Jahren zurückgegangen und belief sich 2017 auf 113,9 Mio. kg. Im Jahr 2012 waren es noch 144,7 Mio. kg. Zudem wurden im Jahr 2017 Rückgänge des Volumens in der Kategorie zubereitete sowie frische Meeresfrüchte, Muscheln und Krustentiere (26,1 Mio. kg bzw. 160,6 Mio. kg) verzeichnet. Dagegen stieg der Konsum von Tiefkühlkost (99,5 Mio. kg) und von in Konserven verpackten Fischprodukten (201,5 Mio. kg).

Frischer Fisch wird mit 46,9 %¹⁵ am häufigsten konsumiert. Es folgen Fisch und Meeresfrüchte in Dosen bzw. verarbeitet (18,4 %) und frische Meeresfrüchte (13,8 %).

¹⁵ Interempresas (2018): El sector de los productos de la pesca y la acuicultura en España. www.interempresas.net

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Gefrorener Fisch wird zu 10,8 % und gefrorene Meeresfrüchte zu 7,2 % konsumiert. Gekochte Meeresfrüchte (1,9 %), gesalzener Fisch (1,4 %) oder geräucherter Fisch (0,8 %) bilden das Schlusslicht.

Bei den Fischarten ist der Thunfisch mit 226.570 t der Gewinner und erreicht einen Wert von 778.769 EUR. Doch auch Sardinen und Makrelen, Muscheln, weißer Thunfisch, Tintenfisch und Kraken werden häufiger gefischt. Mit einem Anteil von fast 70 % sind zudem Thunfischkonserven eines der Hauptproduktionen der Industrie für Konserven, knapp dahinter folgt der Thunfisch mit 60 %. Weit angeschlagen sind Muscheln in Konserven, die lediglich 8 % ausmachen. Der allgemein hohe Fischverbrauch führt zunehmend zu Zuchtanlagen, hinzu kommt der hohe Wasserverbrauch bzw. der ansteigende Wassermangel mit dem das Land nun schon seit einiger Zeit kämpft.

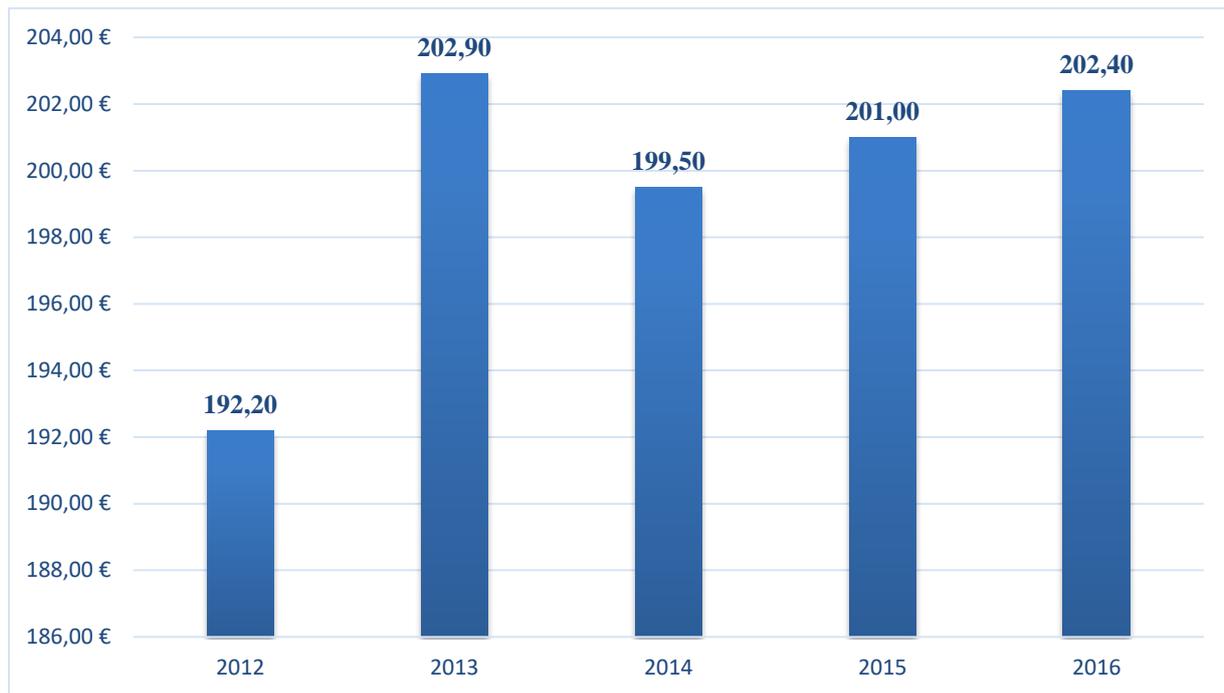
Im Jahr 2016 wurden 603 Unternehmen mit einem Umsatz von knapp 13 Mrd. EUR und 28.373 Beschäftigten in diesem Sektor gezählt.

Spanien konnte sich einen guten Ruf für seine Fisch- und Meeresfrüchteproduktion aufbauen. Im Jahr 2017 wurde ein Volumen von 352.798 t produziert, im Vorjahr waren es 348.436 t. Dies bedeutet eine Steigerung von 1,3 %. Der Wert stieg von rund 1,5 Mrd. EUR im Jahr 2016 auf 1,6 Mrd. EUR im Folgejahr. Im Jahr 2016 exportierte Spanien 1,1 Mio. t Fischereierzeugnisse und erzielte damit einen Wert von rund 3,7 Mrd. EUR. Die Gesamtexporte von Fisch und Schalentieren nahmen im Jahr 2017 um jeweils 7,83 % und 12,47 % zu.

Sowohl bei Importen als auch bei Exporten wird ab dem Jahr 2019 verstärkt auf die Vorschriften Rücksicht genommen, bestehende Fangquoten einzuhalten, die bedrohte bzw. aussterbende Fischarten schützen sollen.

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Abbildung 37 Entwicklung der Ausgaben für Fischprodukte in EUR, 2012 - 2016



Quelle: Statista (2017)

Je nach Höhe der Nachfrage hat sich auch hier Verbrauch von Fischereierzeugnissen entwickelt. Dieser ist um 0,9 kg pro Person zurückgegangen. Die Ausgaben sind um 10,2 EUR pro Kopf gestiegen. Mit 27,2 kg und 202,9 EUR pro Verbraucher gab es im Jahr 2013 die bis dato höchsten Verbrauchs- und Ausgabenausgaben.

5.3 Süß- und Backwaren

5.3.1 Süßwaren

Die Süßwarenbranche profitiert von der nationalen Stärke sowie dem guten Ruf im Ausland. Dabei setzt sie ganz bewusst Innovationen und neue Rezepturen an, um so den Verkauf steigern zu können. Durch die höhere Nachfrage an gesünderen Produkten werden zunehmend Rezepturen angewandt, die weniger Zucker und über mehr gesundheitsfördernde Zutaten verfügen.

Die spanische Süßwarenproduktion erfährt im Jahr 2017 einen Zuwachs von 0,7 % und stellt 880.000 t Süßwaren im Wert von 3,5 Mrd. EUR her. Fast 37 % der Produkte werden exportiert, wodurch das Exportvolumen um 7,4 % und der Exportwert um 5,4 % stiegen. Ca. eine halbe Mio. t wurden exportiert, insgesamt erreichte die Branche einen Umsatz von ca. 1,3 Mio. EUR. Der Pro-Kopf-Verbrauch für alle Süßwaren beträgt in Spanien im selben Jahr 24,34 kg pro Person.

5.3.2 Brot- und Backwaren

Die Brot- und Backwarenindustrie erreicht voraussichtlich im Jahr 2018 einen Umsatz von etwa 20,4 Mrd. EUR. Die Tendenz ist weiter steigend. In den Jahren 2018 – 2021 betrug das jährliche Wachstum laut der sogenannten Compound Annual Growth Rate¹⁶ 2,6 %. Pro-Kopf werden jährlich etwa 246,52 EUR umgesetzt, wobei der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch vom Volumen her 74,1 kg beträgt. Der größte Brotverbrauch mit rund 283 Mio. kg ist in Andalusien aufzufinden.

Der Brotkonsum selbst ist seit dem Jahr 2017 zurückgegangen (-2,5 %). Knapp 1,5 Mrd. kg Backwaren wurden verkauft. So lautet es nach Angaben des MAPAMA. Im Durchschnitt gab ein Spanier 78,12 EUR für Brot- und Backwaren aus und nahm 32,54 kg dieser Produkte zu sich. 12 % des gesamten Konsums wurden außer Haus verzehrt. Nach Gemüse ist es das meistverzehrt Lebensmittel außer Haus.

Zudem erreichten im Jahr 2017 tiefgefrorene Backwaren einen neuen Höchstwert. Felipe Ruano, der Präsident des spanischen Verbandes der Bäckerei-, Konditorei- und Backwarenindustrie teilte mit, dass die Produktion von tiefgekühltem Brot und Gebäck auf 958 Mio. kg gewachsen ist und somit 3,4 % mehr als im Vorjahr beträgt. Auch der Umsatz ist in die Höhe gegangen und erreichte einen Wert von 1,3 Mrd. EUR.

5.4 Getränkeindustrie

Die Getränkeindustrie konnte im Jahr 2018 aufatmen. Bis einschließlich Juli 2018 stiegen die Umsätze (+4,9 %) an und erreichten einen Wert von 4,4 Mrd. EUR. Insbesondere in Supermärkten und Warenhäusern wurden eine Vielzahl an Getränken vertrieben. Besonders beliebt waren bis Juni abgefülltes Wasser (+13 %) und Säfte (+8,7 %). Auch alkoholische Getränke konnten im Jahr 2018 ein Plus von 2,3 % verzeichnen. Der Getränkemarkt ist jedoch sehr saisonabhängig sowohl bei der Produktion (Wein und Säfte) als auch beim Verkauf.

5.4.1 Nichtalkoholische Getränke

5.4.1.1 Soft Drinks

Das Segment der Soft-Drinks erzielte im Jahr 2018 rund 7,6 Mrd. USD und soll schätzungsweise um 0,6 % wachsen. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch liegt bei 103,1 Liter. Im selben Jahr wurden pro Person 163,54 USD eingenommen.

¹⁶ Englische Bezeichnung für die verbundene jährliche Wachstumsrate

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

5.4.1.2 Säfte

Der Verkauf von Fruchtsäften, inkl. Nektar, erlitt im Jahr 2016 einen Rückgang von 6,28 % und erreichte einen Wert von 82 Mio. l. Dennoch bleibt der Konsum in Spanien stark ausgeprägt und bleibt nach Deutschland, Frankreich und Großbritannien einer der größten Märkte. 17,9 Liter Saft wurden im Jahr 2016 in Spanien konsumiert, im Jahr 2017 stagnierte dieser Wert. Während Spanien zu den größten Saffherstellern zählt, wird das Land in Sachen Konsum von Ländern wie Deutschland, Österreich, Schweden und den Niederlanden überholt. Trotz der Konsumabnahme wird weiterhin viel Saft produziert. In Bezug auf die Verpackung bevorzugen die Spanier Kartons (78,3 %). 14,6 % der Säfte werden noch in Kunststoff verpackt und weitere 6,7 % in Glasflaschen. 661.000 t an Säften wurden im Jahr 2016 exportiert, das ist EU-Bestwert und entspricht einem Wert von 603 Mio. EUR. Im Jahr 2017 erreichte das Land sogar einen Wert von 730,6 Mio mit 775.672 t exportierten Säften. Der Saftkonsum ging auch im Jahr 2017 etwas zurück (-2,73 %). Orangensaft ist mit einem Marktanteil von 34 % der bevorzugte Saft der Spanier. Es folgt Ananassaft mit 19,2 % und Pfirsichsaft mit 17,8 %. Doch auch Multivitaminsaft (12,6 %) und Apfelsaft (3,9 %) werden gerne getrunken.

5.4.2 Alkoholische Getränke

5.4.2.1 Weine

Spanien verfügt über rund 4.000 Weingüter, 3.921 von ihnen sind als Exportunternehmen registriert. Der Weinkonsum erlebte einen leichten Anstieg von 0,7 % im 1. Quartal 2018 im Vergleich zum 1. Quartal 2017. In diesem Zeitraum wurde in Spanien bereits 89 Liter Wein konsumiert. Die Gesamtausgaben haben vergleichsweise in derselben Periode um 2,7 % zugenommen und beliefen sich im 1. Quartal 2018 auf 237 Mio. EUR. Weine mit konkreter geographischer Angaben sind bei Spaniern besonders beliebt und werden häufiger eingekauft. Der Umsatz konnte, in Bezug auf das Volumen, um 60 % und im Wert um 75 % angehoben werden. Auch der Preis wurde um 8 % erhöht.

Im Jahr 2018 erzielte die Weinindustrie einen Umsatz von rund 3,1 Mrd. EUR, Tendenz steigend. Der Umsatz würde somit um 1,8 % steigen. Pro-Kopf werden 67,23 EUR umgesetzt und der Pro-Kopf-Verbrauch beträgt im Jahr 2018 im Schnitt 21,3 l.

Die durchschnittliche Produktion gemäß der letzten 5 Jahre beruhte auf 42 Mio. hl, was aus Spanien den drittgrößten Weinhersteller der Welt macht. Die regionale Gliederung sieht wie folgt aus: Castilla La Mancha mit über 60 % der Hauptproduktion, es folgen Extremadura,

5. Lebensmittelbranchen in Spanien

Katalonien und Valencia. Die weiße Rebsorte Airén sowie die Rotweine Tempranillo, Bobal und Garnacha sind die wichtigsten angebauten Weinsorten des Landes.

Das Exportvolumen hat innerhalb von 25 Jahren den fünffachen Wert erreicht und machte Spanien zum Weltexporteur von Wein. Doch obwohl der Weinexport sehr positiv verläuft und spanische Weine international von Erfolg gekrönt sind, hat sich der Weinkonsum in Spanien in 2 Jahrzehnten um 50 % reduziert und beträgt derzeit 9,5 Mio. hl. Der Pro-Kopf-Verbrauch beträgt etwa 20 l im Jahr.

5.4.2.2 Biere

Bier wird immer beliebter in Spanien: Im 1. Quartal 2018 gehörte dieses alkoholische Getränk zu den Präferenzen der spanischen Haushalte. Es wurden 176,5 Mio. l konsumiert (+1,5 %). Die Ausgaben beliefen sich auf 220 Mio. EUR (+3,8 %). Aufgrund dieser hohen Nachfrage sind ebenso die Preise um 2,3 % auf 1,25 EUR pro l erhöht worden. Die Preiserhöhung brachte keine negativen Folgen mit sich.

Hauptverantwortlich für den höheren Bierkonsum sind der wachsende Tourismus, günstige Wetterbedingungen für die Produktion, die Konsolidierung der wirtschaftlichen Erholung sowie die verbesserte finanzielle Lage des Landes. Bei der Produktion und dem Verbrauch von alkoholfreiem Bier liegt Spanien an 1. Stelle noch vor den anderen EU-Ländern.

Der Vertrieb von eigenproduziertem Bier stieg im Jahr 2017 um 3,8 % im Vergleich zum Vorjahr auf 35,7 Mio. hl. 19,8 % sind an das Hotel- und Gastgewerbe vertrieben worden (4,3 % mehr als im Jahr 2016). Die restlichen 15,9 % wurden unter den Läden und Supermärkten verteilt (+3 %).

Fast 2 von 3 Bierern werden in Bars und Restaurants getrunken und fast ein Viertel der Konsumenten sind Touristen.

Bei der Herstellung des Bieres wird die Gesamtheit des Hopfens und praktisch des gesamten Malzes, das in Spanien produziert wird, verwendet. Im Jahr 2017 wurden etwa 600.000 kg Hopfenblüten und etwa 900.000 t Gerste geerntet, von denen etwa 75 % für die Produktion von fast 500.000 t Malz ausgewählt wurden.

6. Handelsstrukturen und Vertriebskanäle

Spanien verfügt über viele verschiedene Vertriebskanäle für Lebensmittel – traditionelle als auch moderne, die alle in unterschiedlicher Frequenz genutzt werden. Die Wahl des Vertriebskanals beruht auf unterschiedlichen Faktoren wie Nähe zum Verbraucher, Angebote, Produktvielfalt, usw. Nichtsdestotrotz sind auch bei den Absatzkanälen Präferenzen sichtbar. Der LEH wird dementsprechend für den Kauf von Lebensmitteln am häufigsten genutzt, insbesondere Super- und Hypermärkte. Fast 50 % aller Einkäufe werden in kleinen oder größeren Supermärkten getätigt, wohingegen frisches Obst und Gemüse bevorzugt in traditionellen Läden oder auch sehr gerne auf Wochenmärkten besorgt werden. Weiter abgeschlagen liegen Vertriebskanäle wie Full-Service-Restaurants, der Online-Handel und sonstige Formate aus dem Food-Service-Sektor. Allerdings wächst die Nutzung dieser Vertriebskanäle seit Jahren an und wird zunehmend beliebter.

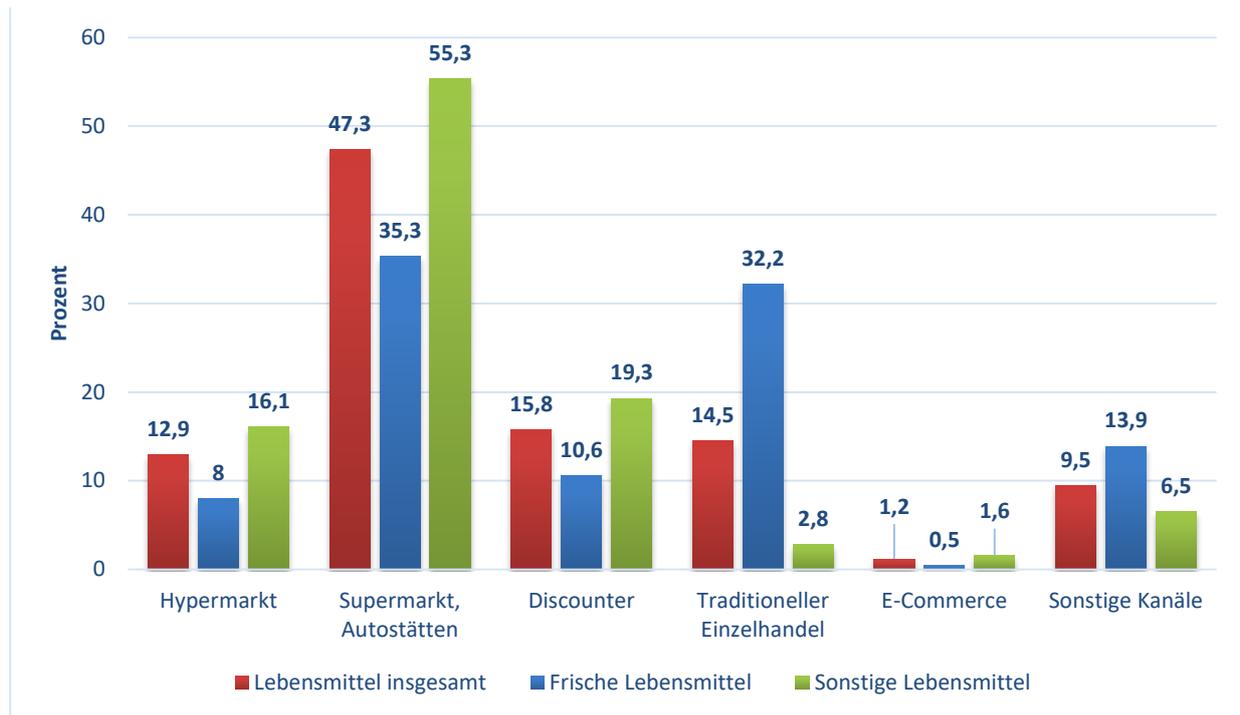
6.1 LEH

Der LEH ist einer der wichtigsten Vertriebskanäle in Spanien, der sich in mehrere Kategorien unterteilt. Zu den führenden Unternehmen im LEH gehören die spanischen Supermärkte Mercadona und Grupo Eroski, aber auch viele internationale Supermarktketten wie Carrefour (französisch) und Lidl sowie Aldi (beide deutsch) konnten sich auf dem spanischen Markt etablieren. Der spanische LEH erzielte im Jahr 2017 einen Nettoumsatz von 118,7 Mrd. USD und ist somit einer der größten in der EU. Im Jahr 2016 gaben spanische Privathaushalte 12,3 % ihrer Gesamtausgaben für Lebensmittel und Getränke im LEH aus.

Der LEH teilt sich wie folgt auf: Super- und Hypermärkte, Convenience Stores, Discounter, unabhängige Lebensmittelläden und Einzelhändler sowie Hofverkäufer bzw. Hofläden. Die verschiedenen LEH-Formate haben in den vergangenen Jahren jedoch unterschiedliche Entwicklungen durchgemacht. So ist die Nutzung von Discountern und von Einzelhandelsläden in den vergangenen Jahren in Spanien gesunken, während Super- und Hypermärkte beim Lebensmitteleinkauf weiterhin als wichtigster Absatzkanal gelten. Die folgende Abbildung verdeutlicht noch einmal die Nutzung der einzelnen Vertriebskanäle beim Kauf von Lebensmitteln. Dabei wird unterteilt in Lebensmittel insgesamt, frische Lebensmittel und sonstige Lebensmittel.

6. Handelsstrukturen und Vertriebskanäle

Abbildung 39 Lebensmittelkauf nach Kategorien und Vertriebskanälen in %, 2017



Quelle: MAPAMA, (2018)

Die Entwicklung der einzelnen LEH-Kanäle spricht jedoch eindeutig für die moderneren Varianten. Für jede Form von Lebensmitteln wuchs der Online-Handel im Jahr 2017 mit überwiegend 10 % am stärksten. Der Anteil der Supermärkte ist zwar weiterhin relativ hoch mit etwa 5 %, doch kommt er in diesem Punkt an den Online-Handel nicht ran. Alle weiteren Kanäle hatten zuletzt eine negative Entwicklung.

6.1.1 Supermärkte, Hypermärkte, Discounter

Mit knapp 20 % des gesamten Marktanteils und einem Umsatz von 24.500 USD im Jahr 2017 ist die spanische Supermarktkette Mercadona, mit Sitz in Valencia, der größte Lebensmittelhändler. Sie ist eine Verpflichtung mit heimischen Lebensmittelherstellern eingegangen, sodass dieser Supermarkt ca. 85 % ihrer Ware von ihnen bezieht, das entspricht 17.533 Mio. EUR. Im Jahr 2017 zählten sie 1.627 Geschäftsstellen mit 29 Neueröffnungen. Das Sortiment hat sich um 240 Produkte erweitert. Etwa 5,2 Mio. Haushalte kauften im Jahr 2017 bei Mercadona ein. 84.000 Mitarbeiter haben hier ihren Arbeitsplatz. Insgesamt trägt Mercadona mit 1,7 % zum Bruttonationaleinkommen bei.¹⁷

¹⁷ Mercadona (2018). Jahresbericht 2017. www.info.mercadona.es

6. Handelsstrukturen und Vertriebskanäle

Die französische Gruppe Carrefour folgt mit großem Abstand (11.204 USD) auf dem 2. Platz und beansprucht 7,6 % des Marktanteils für sich. Seit Jahrzehnten präsent auf dem spanischen Markt, sind sie sowohl als Supermarkt sowie in Form des Hypermarktes aufzufinden.

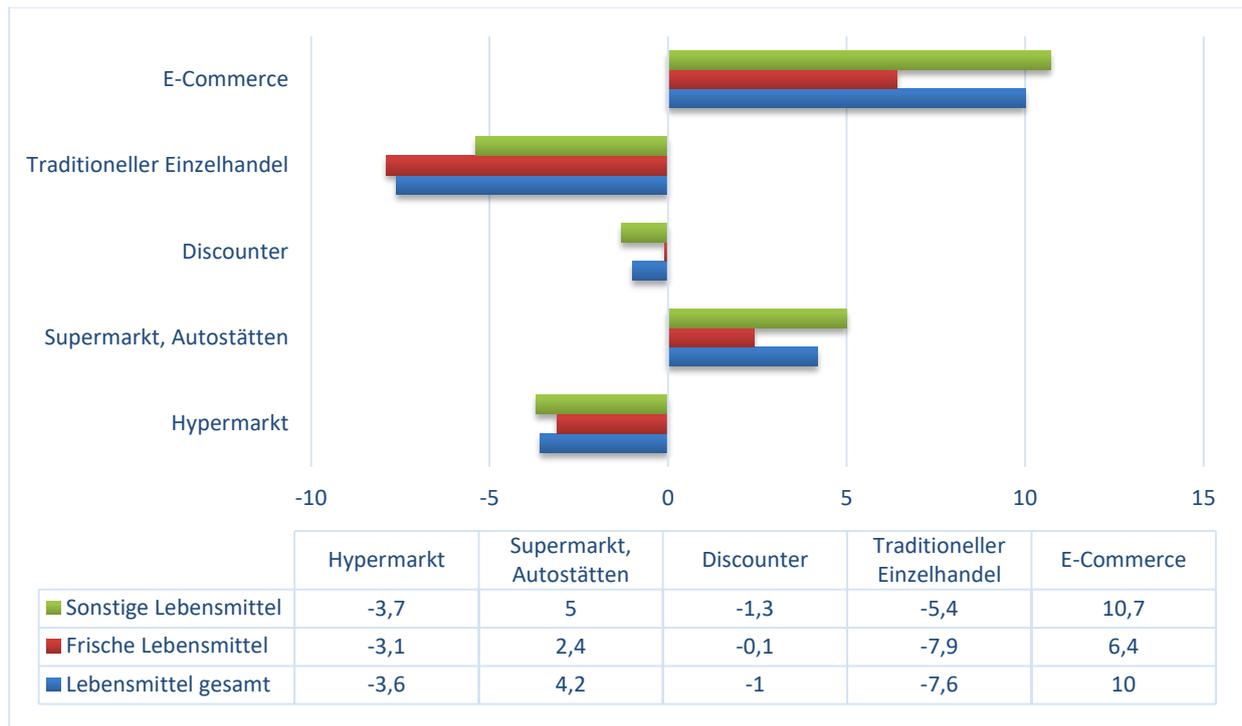
Das spanische Unternehmen Grupo Eroski, der Gruppe Mondragón angehörend, erzielte 6.157 USD und belegt beim Umsatz den 3. Platz, beim Marktanteil kommt es an 5. Stelle mit 4,8 %. Die Gruppe ist eine Konsumgenossenschaft und setzt sich aus vielen Unterkategorien zusammen, die sich jeweils auf bestimmte Waren spezialisieren. Neben Super- und Hypermärkten verfügt Eroski auch Franchiseläden und Tankstellen, die neuste hat im Jahr 2018 auf Mallorca eröffnet.

Neben diesen 3 Schwergewichten des LEH sind auch Unternehmen wie DIA (Distribuidora Internacional de Alimentación), Lidl und Aldi auf dem Markt aktiv. Während Aldi mit einem eher negativen Ruf in Spanien zu kämpfen hat und als schlecht ausgestattet und unangenehm bezeichnet wird, konnte Lidl schneller und besser die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Derzeit erreicht Lidl in Spanien einen Umsatz von 4.191 Mio. USD.

Die 10 größten und wichtigsten LEH sind meist spanischer oder französischer Herkunft. Doch auch die deutschen Discounter Lidl und Aldi können sich dank besserer Werbekampagnen und attraktiven Preisangaben mehr und mehr auf dem spanischen Markt etablieren. Doch obwohl es viele verschiedene Möglichkeiten für den Kauf von Lebensmitteln gibt, kommt man um Mercadona nicht herum, auch wenn sie preislich etwas höher liegen als andere LEH. Abgesehen von Mercadona nähern sich die Marktanteile aller anderen LEH an und betragen häufig nicht einmal 1 %.

6. Handelsstrukturen und Vertriebskanäle

Abbildung 41 Entwicklung des Lebensmittelverkaufs nach Kategorien und Vertriebskanälen, in %, 2017



Quelle: MAPAMA (2018)

Vom Umsatz her waren die modernen LEH im Jahr 2016 mit 85.457 Mio. USD stärker als die traditionellen mit 25.895 Mio. USD. Die Discounter konnten ihren Umsatz von 8.976 Mio. USD auf 9.131 Mio. USD erhöhen und verzeichnen somit den höchsten Umsatz bei den modernen LEH. Kleinere unabhängige Hofläden erzielten einen Umsatz von 36 Mio. USD und sind Schlusslicht. Bei traditionellen LEH sind Lebensmittel-, Getränke- und Tabakspezialisten mit 21.480 Mio. USD Umsatz an 1. Stelle. Im gesamten LEH wurde ein Umsatz von 111.352 Mio. USD im Jahr 2016 erzielt.

Tabelle 6 Entwicklung der Umsätze der verschiedenen Kategorien des Lebensmitteleinzelhandels von 2013 – 2016, in Mio. USD

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---------|---------|---------|---------|
| Moderner LEH | 83.758 | 82.613 | 83.260 | 85.457 |
| Convenience Stores | 1.484 | 1.392 | 1.305 | 1.057 |
| Discounter | 8.331 | 8.660 | 8.976 | 9.131 |
| Hofverkaufsläden | 1.342 | 1.280 | 1.243 | 1.237 |
| - Hofvertriebsketten | 1.299 | 1.241 | 1.206 | 1.201 |
| - Unabhängige Hofverkaufsläden | 42 | 39 | 37 | 36 |
| Hypermärkte | 17.236 | 15.293 | 14.435 | 14.336 |
| Supermärkte | 55.365 | 55.987 | 57.300 | 59.695 |
| Traditioneller LEH | 28.561 | 27.420 | 26.486 | 25.895 |
| Lebensmittel-, Getränke-, Tabakspezialisten | 23.681 | 22.759 | 21.963 | 21.480 |
| Unabhängige Lebensmittelläden | 2.340 | 2.212 | 2.101 | 2.029 |
| Sonstige LEH | 2.540 | 2.448 | 2.423 | 2.386 |
| Total | 112.319 | 110.032 | 109.746 | 111.352 |

Quelle: USDA Foreign Agricultural Service (2017)

6.1.2 Convenience Stores und Tankstellen-Service

Dieses Format ist bei Spaniern sehr beliebt, wenn es um Last-Minute-Einkäufe geht, dabei werden sie in den meisten Fällen mit Tankstellen in Verbindung gebracht. Im Zusammenhang mit der Veränderung des Lebensstils der Spanier und mit der Schnelligkeit, die immens zugenommen hat, hat sich auch dieses Format relativ schnell entfaltet. Die Vorteile hierbei sind v. a. die langen Öffnungszeiten. Die Schattenseiten sind die erhöhten Preise.

Im Jahr 2017 gab es wieder Zuwachs an Verkaufsstellen sowie der Verkaufsflächen. Schätzungen zufolge kann sich diese Tendenz in den kommenden Jahren fortsetzen, falls die Erweiterung der Convenience Stores auch verstärkt in urbanen Gebieten verläuft. Die Schwierigkeit besteht im Preis-Leistungsverhältnis. Immer mehr Spanier bevorzugen günstigere Produkte, das könnte sie auf Dauer zum Kauf in anderen Vertriebskanälen verleiten.

Derzeit werden 11.200 Tankstellen in Spanien gezählt. Zu den größeren Konzernen gehören Repsol, Cepsa, BP, Galp und Shell. Während im Jahr 2014 lediglich 127 Einzelhändler im Bereich des Nahrungsmittelverkaufs in Tankstellen vertreten waren, stieg die Zahl auf 510 zum jetzigen Zeitpunkt an. In den ersten 4 Monaten im Jahr 2018 war es ein Wachstum von 6 %. Ungefähr 15 % sind Teil des Selbstbedienungsservices. Angaben von Alimarket Expansion zufolge belief sich der Gesamtumsatz vom Lebensmittelhandel an Tankstellen auf 580 Mio. EUR im Jahr 2017. Zusätzlich zu den Tankstellen nimmt auch der Wert von Autobahnrasthöfen zu.

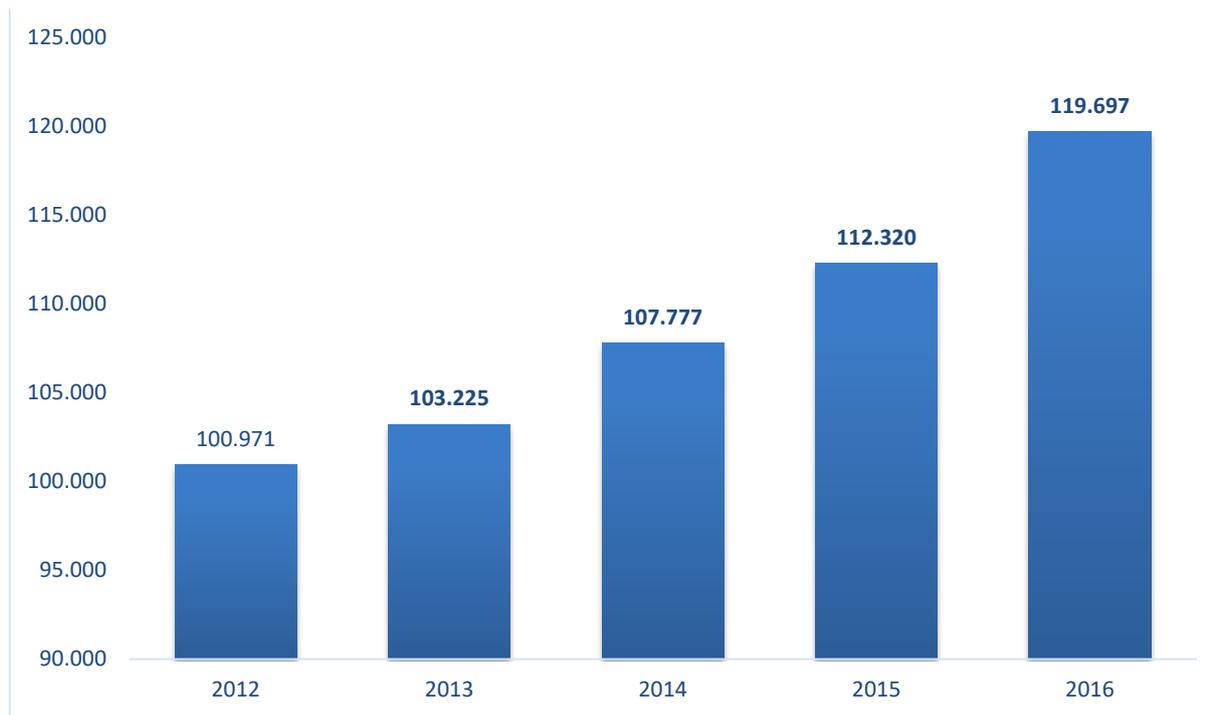
Repsol und die größte Warenhauskette „El Corte Inglés“ haben außerdem eine strategische Vereinbarung getroffen, die die Erstellung eines nationalweiten größten Netzes an Nachbarschafts- und Convenience Stores vorsieht. Die Geschäfte sollen sich auf das gesamte Tankstellennetz von Repsol ausbreiten, das aus 3.500 Einheiten besteht.

6.2 Großhandel

Der Großhandel in Spanien beschränkt sich bei der Lieferung grundsätzlich auf unabhängige Lebensmittelläden sowie den Food-Service. Diese sind auf den Großhandel aufgrund ihrer finanziellen Lage angewiesen. Im Gegensatz zu ihnen, beziehen viele LEH-Ketten ihre Ware direkt von den Produzenten, möglichst regional. Der Großhandel bleibt für viele kleinere Läden und Märkte dennoch von großer Bedeutung. Wie vorher erwähnt, ist der Markt sehr stark fragmentiert, weshalb viele der kleineren Unternehmen ein wichtiges Klientel der Großhändler bleibt.

58 % des Gesamtumsatzes wird durch Waren, die über den Großhandel vertrieben werden, eingebracht. Lebensmittel, Getränke und Tabak sind die Kategorie, die am meisten dazu beiträgt (17 %) und auch die Beschäftigung ist hier mit 11,4 % am größten. Nach Kategorien bringt Obst und Gemüse den Großhändlern den höchsten Umsatz, auch Getränke bringen ihnen sehr viel ein.

Abbildung 43 Umsatz der Großhändler im Lebensmittelbereich in Mio. EUR, 2012 - 2016



Quelle: Statista (2018)

6.3 Food-Service

Der Food-Service-Sektor, der den HoReCa-Bereich (Hotels, Restaurant, Catering) miteinbezieht, ist für Spanien ein besonders wichtiger Absatzkanal und wichtiger Faktor der Lebensmittelwirtschaft. Durch die große Zahl an Touristen wird in Spanien sehr oft außer Haus konsumiert. Rund ein Drittel (32,3 %) aller konsumierten Lebensmittel entfällt auf diesen Sektor. Doch nicht nur vom Tourismus wird profitiert. Das sich ändernde Konsumverhalten der Spanier, die auch sehr gerne außerhalb von zu Hause speisen, nutzen ebenfalls häufiger Restaurants und Hotels. Zusätzlich wächst der Haushalt ohne Kinder an, die ebenfalls diese Möglichkeiten aufsuchen, genauso wie die steigende Zahl der berufstätigen Frauen. Und auch die ältere Bevölkerung nimmt zu, weshalb viele Wohnheime und Betreuungszentren entstehen.

6.3.1 Hotels

Der Tourismus ist die Hauptklientele der Hotels. Küstenregionen sowie Madrid und Barcelona sind besonders beliebt. Spanien stehen jedoch mit dem Brexit und der Aufwertung des Euros Hindernisse bevor, die sich kurz- oder mittelfristig auf den Tourismus auswirken können.

6.3.2 Restaurants

Restaurantketten konnten Marktanteile dazugewinnen. Dies gilt insbesondere für ethnische und Fast-Food-Restaurants. Die Wachstumstendenz soll sich auch weiterhin fortziehen. Unabhängige Restaurants dominieren mit mehr als 90 % des Umsatzes durch Lebensmittelhandel den Markt. Änderungen in den Essgewohnheiten haben die Zunahme von Kettenrestaurants beschleunigt. Spezialisierte Coffee-Shops erzielten die besten Ergebnisse, werden allerdings von internationalen Ketten angeführt. Insbesondere junge Berufstätige und Studenten nutzen gerne diese moderne und gemütliche Variante und profitieren zudem von kostenlosen WLAN. Bäckerei-Cafés sind ebenfalls dem neuen Trend zuzuschreiben. Das erhöht den Wettbewerb für traditionelle Cafeterien.

6.3.3 Catering

Der institutionelle Gastronomieservice in Spanien wird von großen Unternehmen dominiert. Die 5. größten Unternehmen sind für über 40 % des Gesamtumsatzes verantwortlich.

Der Gesamtumsatz des institutionellen Nahrungsmittelsektors in Spanien beläuft sich auf 3,8 Mrd. USD. Er beschäftigt im ganzen Land um die 80.000 Menschen. Große institutionelle Food-Service-Unternehmen sind preissensibel, importieren meist direkt und kaufen Produkte von lokalen Produzenten, insbesondere frische Produkte.

6.4 Online-Handel und Lieferservice

Online-Handel und Lieferservice sind die großen Trends in der Lebensmittelbranche und werden weltweit gerne genutzt. Die größte Zielgruppe sind dabei junge Leute sowie Single-Haushalte.

In Spanien gibt es etwa 26,1 Mio. Nutzer des E-Handels. Schätzungen zufolge soll die Zahl bis zum Jahr 2021 auf 5,6 Mio. steigen. Für viele Waren wird der Online-Handel inzwischen genutzt. Allerdings ist es im Lebensmittelbereich schwer diesem Trend zu folgen. Die Zweifel an der Hygiene und Gesundheit sowie die Auswahl frischer und noch verwendbarer Nahrungsmittel sind weiterhin noch sehr groß. Der Handelsumsatz in Spanien ist im 2. Quartal 2017 gestiegen und erzielte ein Wachstum von 23,4 % gegenüber dem Vorjahr. Der Umsatz des spanischen B2C-E-Handel konnte um 8 % auf 28 Mrd EUR steigen.

Der Lieferservice ist v. a. aufgrund des wachsenden Komforts angestiegen. Die Schnelligkeit der Zubereitung und die Vielfalt der Speisen werden von den Nutzern geschätzt. Viele Spanier nutzen diesen besonderen Service inzwischen mehrmals im Monat. Asiatische

6. Handelsstrukturen und Vertriebskanäle

Küchen stehen mit 25 % an oberster Stelle bei der Nutzung des Lieferservice. Außerdem werden diese Dienste häufig bei italienischen (22 %), japanischen (21 %) und amerikanischen (19 %) Restaurants genutzt. Ein besonderes Wachstum erfährt dieser Service in der Kategorie: vegetarisches und veganes Essen.

7. Rechtliche Rahmenbedingungen

Spaniens Rechtsordnung ist von kontinentaleuropäischer Prägung und bezieht sich auf das geschriebene Recht. Die aktuelle Fassung der sog. Constitución Española (Spanische Verfassung) ist im Jahre 1978 in Kraft getreten und definiert u.a. folgende Punkte: Spaniens Staatsform als parlamentarische (Erb-) Monarchie, die spanischen Grundrechte sowie die Regelungen zu den 17 Autonomen Gemeinschaften (Art. 137). Die Regelungen bei den Autonomen Gemeinschaften variieren aufgrund ihrer eigenen gesetzgebenden Gewalten sowie teils eigenen Kompetenzbereichen, die vom Zentralstaat akzeptiert wurden. So verfügt Katalonien z. B. über sein eigenes Zivilgesetzbuch.

7.1 Vertriebsrecht

Das Handelsvertretergesetz Ley Dezember 1992 sobre Contrato de Agencia regelt das spanische Handelsvertreterrecht.¹⁸ Die schriftliche Erstellung eines Vertrages ist demzufolge nicht erforderlich, kann für die entsprechenden Parteien jedoch erforderlich sein und in Härtefällen als Beweis dienen. Jede involvierte Partei ist befugt, eine schriftliche Anfertigung zu fordern.

Die Zusammenarbeit kann, je nach Vereinbarung, befristet oder unbefristet sein. Dabei muss der Unternehmer die vereinbarte Vergütung, die in Form einer Pauschale, Provision oder einer Kombination dieser beiden Varianten an den Handelsvertreter zahlen.¹⁹ Der Zeitraum der Vergütung beschränkt sich hierbei auf die Zeitspanne der innerhalb des Vertragsverhältnisses abgeschlossenen Geschäfte und auf die Geschäfte, die auch nach Beendigung der Tätigkeit erfolgreich abgeschlossen worden sind. Eine Wettbewerbsklausel wird in Abhängigkeit von der Vertragsdauer vereinbart. Diese ist bis zu 2 Jahren nach Vertragsbeendigung gültig, verkürzt sich bei einer kürzeren Vertragsdauer auf 1 Jahr. Die Entlassung eines Handelsvertreters ist nur in schriftlicher Form rechtsgültig. Die Kündigungsfrist von einem Monat pro Jahr der Vertragsdauer ist hierbei einzuhalten. Maximal sind es 6 Monate.

Ist das Vertragsverhältnis beendet und sollte der Unternehmer von der Arbeit des Handelsvertreters profitieren (Kundenstammerweiterung, positive Geschäftsentwicklung, usw.), verfügt der Handelsvertreter über ein Entschädigungs- bzw. Ausgleichsrecht. Diese Entschädigung darf jedoch nicht höher sein als die nach dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre berechnete mittlere Jahresvergütung. Bei kürzeren Verträgen wird der Jahresdurchschnitt der gesamten Vertragsdauer berechnet.

¹⁸ Horak.Rechtsanwälte (2018): Vertriebsrecht in Spanien. www.bwlh.de

¹⁹ GTAI (2017): Recht kompakt. www.gtai.de

Für das Vertragshändlerrecht oder auch Eigenhändlerrecht, gibt es keine gesetzliche Regelung. Vorsichtshalber sollten deshalb vertragliche Regelungen, wie die Kündigungsfrist oder Vergütung und Ausgleichsanspruch vertraglich geregelt werden.

7.2 Produkthaftung

Die Verordnung (EG) Nr.864/2007 gibt die Anwendbarkeit der Produkthaftung in Spanien vor.²⁰ Im Falle einer Schädigung kann das Recht des Staates der geschädigten Partei angewandt werden, sofern nicht anders vereinbart und das Produkt im gezielten Staat eingeführt wird. Andernfalls gilt das Recht des Staates, in dem der Produkterwerb stattfand. Auch in diesem Falle muss das Produkt in Verkehr gebracht worden sein. Sind beide Optionen ausgeschlossen, wird das Recht des Staates gebraucht, in dem das Produkt Schaden genommen hat.

Der Geschädigte ist verpflichtet sowohl den Schaden als auch den Kontext zu beweisen. Der Hersteller haftet für die Schäden, die durch die fehlerhaften Produkte entstanden sind. Dies geschieht grundsätzlich unabhängig vom Verschulden, es sei denn das Produkt wurde ungewollt anderweitig in den Verkehr gebracht, der Fehler ist nach dem Inverkehrbringen entstanden, das Produkt war für private und nicht kommerzielle Zwecke gedacht oder der Fehler wurde zum Zeitpunkt des Inverkehrbringens trotz Wissenschaft und Technik nicht erkannt.

Schlimme Schäden, wie Todesfolge oder Körperverletzung sowie die Beschädigung und Zerstörung anderer Gegenstände, müssen ersetzt werden. Die Frist für diesen Anspruch beruht auf 3 Jahren und beginnt zum Zeitpunkt der Fehlererkennung. Bezüglich der Haftung des Herstellers besteht eine Ausschlussfrist. 10 Jahre nach Inverkehrbringen des Produktes erlöschen die Ansprüche des Geschädigten.

7.3 Gewährleistung

Das spanische Verbraucherschutzgesetz (Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuario), aktualisiert am 12. Juni 2018, beinhaltet die Regelung für das Verbrauchsgüterkaufrecht.²¹ Dieses Gesetz gilt für alle Waren, die ein Verbraucher von einem Händler erhält. Ausgeschlossen sind zwangs- bzw. öffentlich versteigerte Waren, Wasser, Gas und Strom. Als EU-Mitglied gilt zudem der europäische Verbraucher- und Konsumentenschutz.

²⁰ Kanzlei Frank D. Müller & Asociados (2018): Produkthaftung Spanien. www.abogadomueller.de

²¹ IT-Recht Kanzlei München (2018): Spanisches Gewährleistungsrecht beim Verkauf von Waren an Verbraucher. www.it-recht-kanzlei.de

Als Mangelware gelten Produkte, die nicht wie vereinbart, funktionieren oder aussehen sowie Waren, die nicht der gewohnten Qualität entsprechen.²² Das spanische Recht geht von 2 verschiedenen Mängeln aus. Zum einen sind es versteckte Mängel, die nicht umgehend erkennbar sind, zum anderen sind es Produktfehler. Auch die Qualität und die Quantität können Mängel darstellen. Die Verantwortung der Mangelware liegt prinzipiell beim Verkäufer. Sind die Mängel so gravierend, dass der Kaufpreis reduziert würde oder das Produkt nicht mehr gebrauchsfähig wäre, dann tritt die Gewährleistung ein. Der Käufer ist zudem berechtigt, den Kaufvertrag aufzulösen oder Erstattung zu fordern. Die Laufzeit einer gesetzlichen Gewährleistung beruht auf 2 Jahren, allerdings verkürzt sich diese bei Waren, die schnell verderben oder Mindesthaltbarkeitsdaten aufweisen, solche wie Nahrungsmittel und Konservenprodukte. Die Meldefrist des Mangels beträgt bei den meisten EU-Ländern 2 Monate nach dessen Feststellung. Besteht keine Möglichkeit eines Austausches oder einer Reparatur wird eine Erstattung von Seiten des Verkäufers fällig. Innerhalb eines bestimmten Zeitraumes erfolgen Reparatur und Austausch kostenlos. Generell gilt, dass die Verjährungsfrist nicht kürzer als die gesetzliche Gewährleistung sein darf. In Spanien beträgt die Verjährungsfrist 3 Jahre ab Lieferung.

Alle Verbraucher in Spanien haben das Recht über die gesetzlichen Gewährleistungsrechte informiert zu werden, andernfalls drohen Sanktionen.

7.4 Gewerblicher Rechtsschutz

Anmeldungen von Patenten und Marken richten sich nach dem Patentgesetz Nr.11/1986 und erfolgen über das spanische Patentamt (Oficina Española de Patentes y Marcas) in Madrid, den Provinzdirektionen der Industrie oder den Autonomen Gemeinschaften.²³ Marken werden nach dem am 31. Juli 2002 in Kraft getretene Markengesetz (Ley17/2001 de Marcas) sowie die dazu erlassene spanische Ausführungsverordnung Nr.687/2002 beurteilt.

Ausländische Unternehmen sind den spanischen Unternehmen prinzipiell gleichgestellt, benötigen beim Patentamt jedoch einen Patentanwalt. Beim Einreichen der Anmeldung von Marken beginnt die 20-jährige Laufzeit der Patente. Bei der Anmeldung der Marke ins Register beträgt die Laufzeit 10 Jahre, diese können gegen Gebühren immer um weitere 10 Jahre verlängert werden. Durch die Verordnung Nr. 40/94/EWG kann Markenschutz auf eine Gemeinschaftsmarke beantragt werden. Dies geschieht über das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt in Alicante und gilt einheitlich in der gesamten EU.

²² ECC-Net: Zusammenfassung: Gewährleistung und Garantien. www.evz.de

²³ GTAI (2017): Recht kompakt Spanien. www.gtai.de

7.5 Lebensmittelrecht

Als Mitglied der EU folgt Spanien nicht nur den nationalen Richtlinien, sondern auch den europäischen Richtlinien und Regulierungen. Sobald Lücken in der europäischen Rechtsgebung entstehen, kommen nationale Regelungen zur Geltung.

Das MAPAMA ist Anlaufstelle für den Bereich des Lebensmittelrechts. Bei den Lebensmittelimporten ist es jedoch nur für den Import von Waren zuständig, die nicht für den direkten Konsum vorgesehen sind. Den übrigen Teil übernimmt das Gesundheitsministerium (Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad), das für verzehrfertige Produkte zuständig ist.

Im Jahr 2002 wurde von der EU die sog. EU-Basis-Verordnung²⁴ eingeführt, die dem Schutz des Verbrauchers dient. Diese Verordnung gibt vor, dass Beteiligten aus der Lebensmittelbranche eine uneingeschränkte Rückverfolgung ihrer Produkte garantiert.

Die Verordnung zu den Lebensmittelbedarfsgegenständen ergänzt die EU-Basis-Verordnung. Hierbei geht es um verschiedene Produkte, die zum einen mit dem Verbraucher und zum anderen mit den Lebensmitteln in Berührung kommen. Die Hygiene und die artkonforme Herstellung sind von wichtiger Bedeutung. Ihre Nutzung darf keine schädlichen Konsequenzen für Mensch und Nahrungsmittel haben.

Seit Juli 2007 gibt es zudem eine Health-Claims-Verordnung, die die Angaben zur Gesundheit und zum Nährwert regelt. Eine Gemeinschaftsliste mit zulässigen Angaben ist ausschlaggebend für die Bekanntmachung von gesundheitsbezogenen Informationen. Eine Alternative zur Gemeinschaftsliste sind Einzelzulassungs- bzw. Registrierungsverfahren.

7.6 Zollverfahren und Zollsätze

Der Warenverkehr mit Spanien verläuft, aufgrund seiner Zugehörigkeit zur EU, ohne Einschränkungen. In einzelnen Fällen können jedoch Lieferantenerklärungen gefordert werden.²⁵ Diese geben Informationen zur Ursprungseigenschaft der Ware preis. Diese Erklärungen können einzeln oder langfristig erstellt werden.

Spanien ist Mitglied des Zollgebietes der EU, weshalb im Allgemeinen eine zollfreie Abwicklung im Warenhandel besteht, sofern die Ware deutschen Ursprungs bzw. der EU ist.

²⁴ Schutz der Verbraucher die Verordnung (EG) Nr. 178 /2002 zur "Festlegung der allgemeinen Grundsätze und Anforderungen des Lebensmittelrechts zur Einrichtung der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit und zur Festlegung von Verfahren zur Lebensmittelsicherheit

²⁵ http://www.zoll.de/DE/Unternehmen/Warenverkehr/warenverkehr_node.html

Allerdings gilt dies nicht für die spanischen Enklaven sowie die Kanarischen Inseln. Beim Handel mit Drittländern nutzen alle EU-Länder den gemeinsamen Zolltarif.

7.7 Steuerrecht

In Spanien ist die Körperschaftssteuer (Impuesto de Sociedades) einheitlich geregelt. Nur die Kanarischen Inseln bilden eine Ausnahme, die einen Niedrigsteuersatz von 4 % erreichen kann.²⁶ Seit dem Jahr 2016 beträgt der Steuersatz für die Körperschaftssteuer 25 %. Firmenneugründungen sehen in diesem Fall Vorteile, da sie die ersten beiden Geschäftsjahre mit 15 % besteuert werden.²⁷

Die Einkommenssteuer (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas), die in der Verordnung Nr.3/2004 geregelt ist, findet ihre Anwendung auf die gesamten Einkünfte, die innerhalb eines Steuerjahres erworben werden. Die Einkommenssteuer wurde während der letzten Rezession angehoben, allerdings im Zuge der wirtschaftlichen Erholung auch wieder mehrmals gesenkt. Die Höhe des Steuersatzes fällt sehr differenziert aus, da die Festlegung den autonomen Gemeinschaften zugeordnet ist. Die Einkommenssteuer besteht zum einen aus der zentralstaatlichen Steuer sowie der autonomen Regionalkörperschaften. Gemeinsam legen sie die Besteuerungsgrundlage fest. Der Steuersatz in Spanien kann zwischen 19 und 45 % betragen.

Der Steuersatz der aktuellen spanischen Mehrwertsteuer (Impuesto sobre el Valor Añadido) beläuft sich auf 21 %. Zudem gibt es einen reduzierten Satz von 10 %. Eine zusätzliche Reduzierung auf bis zu 4 % wird bei Produkten für den täglichen Bedarf angewendet (z. B. Lebensmittel wie Brot, Getreide, Milch, Obst und Gemüse). Sowohl die Kanarischen Inseln als auch die beiden Enklaven Ceuta und Melilla grenzen sich von der allgemeinen spanischen Mehrwertsteuer ab. Auf den Kanarischen Inseln kommt das Impuesto General Indirecto Canario zur Geltung, die einen Steuersatz von 7 % festlegt. Bei einer Vielzahl an Lebensmitteln, die nicht weiterverarbeitet wurden, wird keine Mehrwertsteuer erhoben. Es gelten eine Einfuhrumsatzsteuer sowie Zölle im Falle von Importe auf die Kanaren. Neben den afrikanischen Gebieten sind auch im Baskenland und in Navarra abweichende Regelungen zu beachten.

Eine Verbrauchssteuer, europaweit harmonisiert, wird in Spanien (Ceuta und Melilla ausgeschlossen) auf Alkohol und alkoholische Getränke sowie Tabakwaren erhoben. Auf Warenlieferungen müssen entsprechend die Umsatzsteuernummer sowie die

²⁶ Advance Legaltax Solution SL (2018): Steuerpflichten Firma in Spanien. www.steuerberaterspanien.com

²⁷ GTAI (2017): Recht kompakt Spanien. www.gtai.de

6. Handelsstrukturen und Vertriebskanäle

Verbrauchssteuernummer stehen. Beim Transport verbrauchsteuerpflichtiger Ware muss die rechtzeitige Registrierung über ein Online-Verfahren beachtet werden.

Deutsche Lieferanten müssen über die Umsatzsteueridentifikationsnummer (USt.-IDnr.), auf Spanisch el número de identificación a efectos del Impuesto sobre el Valor Anadido, ihres spanischen Kunden verfügen, um steuerliche Entlastung erhalten, sowie das Ausfüllen eines INTRASTAT²⁸-Formulars durchführen zu können. Die spanische USt-IDnr. besteht aus 9 Ziffern. Die erste und die letzte bzw. die erste oder letzte Stelle kann ein Buchstabe sein. Der Landescode ES ist nicht zwingend angegeben.

Es ist empfehlenswert sich über die einzelnen Autonomen Gemeinschaften und ihre Gesetzeslage zu informieren, sollte eine Tätigkeit in der gegebenen Autonomen Gemeinschaft avisiert werden.

Weitere Informationen zu einzelnen Steuersätzen nach Kategorien können jederzeit über die Agencia Tributaria - www.agenciatributaria.es - erfragt werden.

²⁸ Statistische Erfassung des tatsächlichen Warenverkehrs von Gemeinschaftswaren zwischen EU-Mitgliedern

8. SWOT-Analyse

Stärken - Strengths

- Großer Absatzmarkt (fünftgrößter in der EU, viertgrößter im Euroraum)
- Sehr hohe Touristenzahl
- Gut ausgebaute Infrastruktur
- Groß- und Einzelhandel sowie Gastronomie sind wichtige Wirtschaftszweige mit einer Vielzahl an Arbeitnehmern und Ansprechpartnern
- Wichtiger Handelspartner sowohl im Lebensmittelbereich als auch in anderen Branchen
- Lange und intensive Handelsbeziehungen

Schwächen - Weakness

- Das Einkommen der Spanier ist weiterhin gering
- Hohe Arbeitslosigkeit
- Starke Agrar- und Ernährungswirtschaft
- Präferenz für Direktimporte (LEH)
- Großer Anteil an Eigenproduktion
- Große Zahl an Mikrounternehmen
- Hohe Staatsverschuldung und Etatdefizite

Chancen - Opportunities

- Positive Konsumententwicklung durch Wirtschaftserholung
- Nachfrage steigt
- Handelsbedarf mit dem Ausland
- Höherer Bedarf an Lebensmitteln und Getränken aufgrund des Tourismus
- Produktmarken und Produkte „Made in Germany“
- Nachfrage nach Trends (Bio-Lebensmittel, Convenience Food) sowie Qualität und Innovation wächst
- Diversifizierte Kultur und Essverhalten ermöglicht höheren Umsatz

Risiken - Threats

- Politische und regionale Unsicherheiten (Minderheitsregierung und regionale Separatismusbestrebungen)
- Starker Exportpartner (Nettoexporteur von Obst und Gemüse)
- geringes Preisniveau können den Umsatz einschränken
- Konkurrenz mit regionalen Produkten

8. SWOT-Analyse

Der SWOT-Analyse kann entnommen werden, dass der spanische Markt für Lebensmittel und Getränke zahlreiche Geschäftschancen, aber auch Hindernisse für deutsche Unternehmen darstellt. Es handelt sich hierbei um einen großen Markt, der offen, diversifiziert und kundennah ist. Durch die Stabilisierung der spanischen Wirtschaft ist ein höherer Konsum garantiert und lässt etwas mehr Spielraum für die Preissetzung. Dies spiegelt sich dementsprechend positiv auf den möglichen Umsatz beim Produktverkauf wieder. Die steigende Konsumbereitschaft sowie der Tourismus unterstützen den Handel und bieten neuen Absatzkanälen Chancen sich zu entwickeln und zu wachsen.

Aufgrund der hohen Nachfrage und eines gesundheitsbewussteren Lebensstils der Spanier gewinnen innovative und ökologische Produkte an Bedeutung und bilden somit ein hohes Absatzpotential. Importe aus anderen Ländern werden zunehmend benötigt, da die Eigenproduktion nicht ausreichend ist (Bio-Produkte ausgenommen) oder weil sie qualitativ hochwertiger sind, wofür anschließend auch mehr bezahlt wird. Die Annäherung deutscher und spanischer Preise für Lebensmittelprodukte sowie die geografische Nähe beider Länder, vereinfacht zudem die Handelsbeziehungen und kann kostengünstig umgesetzt werden.

Mögliche Herausforderungen stellt die wirtschaftliche und finanzielle Lage des Landes dar. So positiv sich die Wirtschaft auch entwickelt hat, darf nicht missachtet werden, dass die Arbeitslosigkeit weiterhin sehr hoch und das Preisniveau trotz Anstieg der Gehälter immer noch relativ niedrig ist.

Zudem werden Trends weiterhin nur langsam eingeführt, dazu zählen auch internationale Gerichte. Dennoch bleibt das Land offen für Neues und Innovationen. Dies gilt innerhalb der eigenen Produktion sowie beim Markteintritt ausländischer Unternehmen, Supermärkte, etc. Um in Spaniens Agrar- und Ernährungswirtschaft erfolgreich mitwirken zu können und Akzeptanz bei den spanischen Kunden zu erhalten, muss ein enger Kontakt zu ihnen hergestellt werden. Spanier kommunizieren gerne, auch beim Einkaufen. Aus diesem Grund werden gerne Supermärkte, kleine Läden, Einzelläden sowie Wochenmärkte genutzt, die ein engeres Verhältnis aufbauen. Deutlich negativer fallen die Unterschiede zwischen den armen und reichen Bevölkerungsteilen auf. Denn hier driftet es immer weiter auseinander, was sich zunehmend auf das Sortiment, die Vertriebskanäle und das Kaufverhalten auswirkt.

9. Adressmaterialien

Als Hilfe für die Marktrecherche und den Markteinstieg werden in der folgenden Liste Adressen zu wichtigen Institutionen, Behörden, Fachverbänden und Organisationen präsentiert, die eine erste Anlaufstelle für Ihr Business auf dem spanischen Markt ist bzw. die über ein ausgezeichnetes Netzwerk verfügen, um auf dem spanischen Markt aktiv zu werden. Es folgen (potentielle) Handelspartner in Form von Großhändlern, LEH, Importeuren und Distributoren, die vor, während, aber auch im Nachhinein der Geschäftsreise genauer betrachtet und kontaktiert werden können. Als Zusatzinformation dienen Angaben zu den bedeutendsten Messen, Veranstaltungen und Fachmagazinen aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft.

9.1 Öffentliche Institutionen

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AECOSAN)

C/ de Alcalá, 56
28014 Madrid, Spanien

Behörde für Lebensmittelsicherheit und informiert über Lebensmittelvergiftung.

Telefon: +34 913 380 616

Website: www.aecosan.mssi.gob.es

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPAMA)

Paseo de la Infanta Isabel 1
28071 Madrid, Spanien

Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Nahrungsmittel ist für die Bereiche Landwirtschaft, Viehzucht und Fischerei, Agrar- und Ernährungswirtschaft und ländliche Entwicklung zuständig.

Telefon: + 34 913 475 368

Fax: +34 913 475 412

E-Mail: informac@mapama.es

Website: www.mapa.gob.es/es

Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)

Paseo de la Castellana, 75
28046 Madrid, Spanien

Das OEPM ist eine autonome Organisation der allgemeinen staatlichen Verwaltung, die verschiedene Modalitäten des gewerblichen Eigentums durch Erteilung von Patenten und Modellen rechtlich schützt.

Telefon: +34 902 157 530

E-Mail: informacion@oepm.es

Website: www.open.es

Cámara de Comercio Alemana para España (AHK)

Avda. Pio XII, 26-28
E-28016 Madrid, Spanien

Die Deutsch-Spanische Außenhandelskammer unterstützt Unternehmen beim Markteintritt, Messeservice, Recht und Steuern.

Telefon: +34 913 530 910
Fax: +34 913 591 213
E-Mail: madrid@ahk.es
Website: www.spanien.ahk.de/

9.2 Verbände

Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)

Calle de Velázquez, 64 - 3ª Planta
28001 Madrid, Spanien

FIAB repräsentiert die spanischen Lebensmittel- und Getränkehersteller. Der Verband ist tätig für folgende Bereiche: Internationalisierung, Gesetzgebung, oder Umweltschutz.

Telefon: +34 914 117 211
E-Mail: fiab@fiab.es
Website: www.fiab.es

Federación Española de Hostelería (FEHR)

Calle Ferraz, 43
28008 Madrid, Spanien

Gaststättenverband FEHR vertritt Interessen von 280.000 Restaurants, Bars und Cafés.

Telefon: +34 913 529 156
E-Mail: fehr@fehr.es
Website : www.fehr.es

Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS)

C/ Cedaceros, 11 - 2º G
28014 Madrid, Spanien

ASEDAS vertritt spanische Lebensmittelgroßhändler und Supermärkte auf nationaler und europäischer Ebene. ASEDAS ist in allen autonomen Gemeinschaften Spaniens präsent.

Telefon: +34 914 298 956
E-Mail: direc.general@asedas.org
Website: www.asedas.org

Asociación Nacional de Grandes y Medianas Empresas de Distribución (ANGED)

C/ Velázquez, 24 - 5º Dcha.
28001 Madrid, Spanien

ANGED vertritt Distributoren in verschiedenen Bereichen, u.a. auch Lebensmittel. Die größten Unternehmen der jeweiligen Branche sind hier vertreten.

Telefon: +34 91 522 30 04
E-Mail: anged@anged.es
Website: www.anged.es

Asociacion Española De Fabricantes De Vegetales Congelados (ASEVEC)

C/ Velázquez, 57
28001 Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 10 70 80
E-Mail: info@asevec.com
Website: hoyverdurascongeladas.com

ASEVEC vertritt seit dem Jahr 1985 die Interessen der Hersteller von TK Gemüse und hat momentan zwölf Mitglieder, die zusammen für 95% der nationalen Produktion verantwortlich sind. Der Verband möchte die Kooperation innerhalb der Branche stärken und gegenüber privaten und öffentlichen Akteuren einheitlich auftreten.

Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (FEDEPESCA)

C/ Fernandez de la Hoz, 32
28010 Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 197 047
Fax: +34 917 854 502
E-Mail: info@fedepesca.org
Website: www.fedepesca.org/

Verband bestehend aus Einzelhändlern, die Fisch- und Meeresfrüchteprodukte vertreiben, auch TK-Produkte.

Asociación de Industrias de la Carne de España (ANICE)

C/ Maestro Ángel Llorca 6 - planta 12
28003 Madrid, Spanien

Telefon: +34 91 554 70 45
Fax: +34 91 554 78 49
E-Mail: anice@anice.es
Website: www.anice.es

600 Unternehmen aus der Fleischwirtschaft sind in dem Fleischverband Mitglied. Informationsaustausch zur Branche wird von ihnen übernommen.

Sociedad Española de Agricultura Ecológica (SEAE)

Camí del Port, s/n
Edificio ECA Patio Interior 1º
Apartado 397
46470 Catarroja – Valencia, Spanien

Telefon: +34 961 267 122
Mobil: +34 620 978 018
E-Mail: seae@agroecologia.net
Website: www.agroecologia.net

Die Gesellschaft tritt für die Interessen spanischer Bio-Bauern in Spanien ein. Zertifizierungen von ökologisch produzierenden Landwirten ist ihnen ein besonderes Anliegen.

Amtliche Spanische Handelskammer für Deutschland (COECA)

Schaumainkai, 69
60596 Frankfurt am Main, Deutschland

Telefon: +49 069 661 165 830
E-Mail: mail@spanische-handelskammer.de
Website: www.spanische-handelskammer.de

Verantwortlich für politische, technische Fortschritte in Transport, Kommunikation und Logistik (Im- und Export).

Cámara de Comercio de España

C/ Ribera de Loira, 12
28042 Madrid, Spanien

Telefon: +34 915 906 900

E-Mail: info@camara.es

Website: www.camara.es

Referenz für langfristige strategische Reflexion aller produktiven Sektoren der spanischen Wirtschaft.

Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME)

C/Diego de León, 50
28006 Madrid, Spanien

Telefon: +34 914 116 161

E-Mail: contacto@cepyme.es

Website: www.cepyme.es

CEPYME tritt für die Interessen der KMU sowie der selbstständigen Unternehmer ein. Ziele: günstiges Umfeld für private Initiativen und die Entwicklung kleinerer Unternehmen schaffen.

Asociación de Fabricantes de Harinas y Sémolas de España (AFHSE)

C/ Ayala, 13
28001 Madrid, Spanien

Telefon: +34 915 754 004

Fax: +34 915 762 944

E-Mail: afhse@afhse.es

Website: www.afhse.es

Vereinigung spanischer Hersteller von Mehl und Grieß (AFHSE) ist eine nationale Wirtschaftsorganisation, die die Mehl- und Saatgutindustrie Spaniens zusammenbringt. Es handelt sich um eine private Einrichtung.

FENIL

C/ de Ayala, 10
28001 Madrid, Spanien

Telefon: +34 915 762 100

E-Mail: info@fenil.org

Website: www.fenil.org

FENIL sorgt für die Gewährleistung der Entwicklung, Optimierung und Kontinuität innerhalb der Milchindustrie sowie für deren Nachhaltigkeit. FENIL hebt Vorteile und Nährstoffeigenschaften von Milchprodukten hervor. FENIL ist der Referenzpartner des Zusammenhalts von Herstellern auf nationaler und internationaler Ebene.

FEV

C/ Padilla, 38
28006 Madrid, Spanien

Telefon: +34 915 762 726

Fax: +34 915 751 114

E-Mail: info@fev.es

Website: www.fev.es

Sowohl Produzenten als auch Marketing-Leiter sind Teil des spanischen Weinverbandes. Der Verband gilt als nationales Benchmark für den Weinsektor. Image und ein gutes Arbeitsumfeld sind wichtige Zielsetzungen. .

FEPEX

C/ Miguel Ángel, 13 - 4º
28010 Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 191 050

Website: www.fepex.es

Der spanische Verband der Hersteller von Obst, Gemüse, Blumen und lebenden Pflanzen dient der Strukturierung des Sektors sowie das Zusammenbringen der Unternehmen. FEPEX liefert zudem Studien und Qualitätsprotokolle zum Obst- und Gemüsektor in Spanien.

Asozumos

Ibercenter – C/ Velazquez, 157 - 1º
28002 Madrid, Spanien

Telefon: +34 912 228 007

E-Mail: asozumos@asozumos.org

Website: www.asozumos.org

Vereinigung von Saftherstellern: vertritt spanische Safthersteller. ASOZUMOS wurde im Jahr 1978 als Wirtschaftsverband gegründet und besteht derzeit aus 22 Unternehmen, die ungefähr 90% der nationalen Saftproduktion ausmachen.

Coxemar

Avda. Beiramar, 29
36202 Vigo, Spanien

Telefon: +34 986 433 351

Fax: +34 986 221 174

E-Mail: conxemar@conxemar.com

Website: www.conxemar.com/es

Conxemar: spanischer Verband der Großhändler, Importeure, Transformatoren und Exporteure von Fisch- und Aquakulturprodukten.

AEMPM

Avda. de Madrid, 8 parcela
C-3 MercaMadrid
28053 Madrid, Spanien

Telefon: +34 917 854 611

Fax: +34 917 854 712

E-Mail: comunicacion@aempm.com

Website: www.aempm.com

Verband der Großhandelsfischunternehmer von Madrid (Erbe der alten Großhandels Gilde).

Jährliche Zahl der Betreiber: über 900 Mio. EUR. Volumen der verkauften Produkte: mehr als 200.000 t pro Jahr.

9.3 Importeure

Bebidas y Dulces

Avenida de las Morcilleras, 29
Poligono la Postura
Valdemoro – Madrid, Spanien

Telefon: + 34 918 659 629

E-Mail: ilona@bebidasydulces.es

Website: www.bebidasydulces.es

Importeur, Distributor und Vermarktung von alkoholfreien und alkoholischen Getränken und Süßwaren, u. a. Wein und Bonbons.

Codilex Distribuidores Mayoristas

Av. de la Economía Social, 895
33211 Gijón – Asturias, Spanien

Lebensmittelimporteur und Distributor aus
Asturien.

Telefon: + 34 985 669 033
E-Mail: administracion@codilex.com
Website: www.codilex.com

Hauptfelder: Trockenfrüchte, Mehl

Congelados La Marsalá

Avinguda del Garraf, 17
08880 Cubelles, Spanien

Importeur von TK Lebensmitteln mit Sitz in
der Nähe Barcelonas.

Telefon: + 34 672 085 410
Website : www.congeladoslamarsala.com

Hauptsächlich tiefgekühlte Fisch- und
Meeresfrüchteproduktion.

Congelados Sariego

C/ Torrevieja, 8 Bajo
Pola de Siero
33510 Asturias, Spanien

Congelados Sariego SL ist für die
Verpackung, Lagerung und der Distribution
von Lebensmitteln zuständig.

Telefon: + 34 985 748 396
E-Mail: info@congeladossariego.es/
Website: www.congeladossariego.com

Friman

C/ Pica d'Estats, 77-95 (P.I. Sant Isidre)
08272 Sant Fruitós de Bages – Barcelona,
Spanien

Friman gehört dem Dicounter für
Lebensmittelprodukte an.

Telefon: +34 938 773 000
Fax: +34 938 740 859
E-Mail: friman@friman.cat
Website: www.friman.es/

Grupo R. Martinez

Polígono Industrial Mercabilbao, 301-303-430 Distributor für Obst und Gemüse mit eigenen
48970 Basauri – Vizcaya, Spanien Marken.

Telefon: +34 944 485 225
Fax: +34 944 485 229
E-Mail: r.martinez@frutasyverduras.com
Website: www.frutasyverduras.com/

JJ Importaciones

Polígono industrial III
Carrer Cami a la Mar, 95
46120 Alboraya – Valencia, Spanien

Importeur überwiegend von
südamerikanischen Ländern, nun auch in
Europa.

Telefon: + 34 963 171 265

Website: www.jotajotafoods.com/

South Breze Import Export SLU Fuencaldas Refrescante del Norte S.L

Pol. Ind.: de Barros, parcela 22 - nave 32
Los Corrales de Buelna
39408 Cantabria, Spanien

Hersteller von Erfrischungsgetränken und
Eisfabrik, unter Beibehaltung seines
familiären Charakters.

Telefon: + 34 942 819 231

Mobil: +34 600 435 913

Fax: +34 942 830 466

E-Mail: fuencaldas@fuencaldas.com

Website: www.fuencaldas.com/es/

Casa Westfalia

Polígono Industrial V-2 - Parc. 21
17111 Vulpellac – Giron, Spanien

Es ist ein führendes Unternehmen im Import
und Vertrieb ausgewählter Lebensmittel.

Telefon: + 34 972 645 525

Fax: +34 972 645 118

E-Mail: central@cwestfalia.es

Website: www.casawestfalia.com

DOIbérica

Ctra. Nacional, 340 - Km 615.5
30850 Totana – Murcia, Spanien

DOIbérica ist Importeur und Exporteur in der
Abteilung von FMCG (schnellebige
Konsumgüter) der AYC Company.

Telefon: +34 968 424 051

E-Mail: export@doiberica.com

Website: www.doiberica.com/

Veldis S.A

C/ Puerto de Navacerrada, 59
28935 P.I. Las Nieves - Móstoles
Madrid, Spanien

Importeur und Vertrieb von Nahrungsmitteln
und Getränken mit großem
Wachstumspotential.

Telefon: +34 916 658 270

E-Mail: info@veldis.com

Website: www.veldis.com/es

Pescados Rubén

Fondo Nois 1
27893 Nois - Foz – Lugo, Spanien

Conchi Blanco
Telefon: +34 982 136 733
Fax: +34 982 136 659
E-Mail: cblanco@pescadosruben.com
Website: www.pesc-dosruben.com

Fish Rubén, S.L. ist ein führendes Unternehmen im Fischereisektor. Pescados Rubén setzt bei der industriellen Verarbeitung und der Zubereitung von Tiefkühlprodukten auf Kühlanlagen.

Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)

Calle de Velázquez, 64 - 3ª Planta
28001 Madrid, Spanien

Telefon: +34 914 117 211
E-Mail: fiab@fiab.es
Website: www.fiab.es

FIAB repräsentiert die spanischen Lebensmittel- und Getränkehersteller. Der Verband ist tätig für folgende Bereiche: Internationalisierung, Gesetzgebung oder Umweltschutz.

Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS)

C/ Cedaceros, 11 - 2º G
28014 Madrid, Spanien

Telefon: +34 914 298 956
E-Mail: direc.general@asedas.org
Website: www.asedas.org/

ASEDAS vertritt spanische Lebensmittelgroßhändler und Supermärkte auf nationaler und europäischer Ebene. ASEADAS ist in allen autonomen Gemeinschaften Spaniens präsent.

Asociación Nacional de Grandes y Medianas Empresas de Distribución (ANGED)

C/ Velázquez, 24 - 5º Dcha.
28001 Madrid, Spanien

Telefon: +34 91 522 30 04
E-Mail: anged@anged.es
Website: www.anged.es

ANGED vertritt Distributoren in verschiedenen Bereichen, u. a. auch Lebensmittel. Die größten Unternehmen der jeweiligen Branche sind hier vertreten.

Asociación Española De Fabricantes De Vegetales Congelados (ASEVEC)

C/ Velázquez, 57
28001 Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 10 70 80
E-Mail: info@asevec.com
Website: hoyverdurascongeladas.com

ASEVEC vertritt seit dem Jahr 1985 die Interessen der Hersteller von TK Gemüse und hat momentan zwölf Mitglieder, die zusammen für 95% der nationalen Produktion verantwortlich sind. Der Verband möchte die Kooperation innerhalb der Branche stärken und gegenüber privaten und öffentlichen Akteuren einheitlich auftreten.

Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (FEDEPESCA)

C/ Fernandez de la Hoz, 32
28010 Madrid, Spanien

Verband bestehend aus Einzelhändlern, die Fisch- und Meeresfrüchteprodukte vertreiben, auch TK-Produkte.

Telefon: +34 913 197 047
Fax: +34 917 854 502
E-Mail: info@fedepesca.org
Website: www.fedepesca.org/

Coxemar

Avda. Beiramar, 29
36202 Vigo, Spanien

Conxemar: spanischer Verband der Großhändler, Importeure, Transformatoren und Exporteure von Fisch- und Aquakulturprodukten.

Telefon: +34 986 433 351
Fax: +34 986 221 174
E-Mail: conxemar@conxemar.com
Website: www.conxemar.com/es

AEMPM

Avda. de Madrid, 8 parcela
C-3 MercaMadrid
28053 Madrid, Spanien

Verband der Großhandelsfischunternehmer von Madrid (Erbe der alten Großhandels Gilde).

Telefon: +34 917 854 611
Fax: +34 917 854 712
E-Mail: comunicacion@aempm.com
Website: www.aempm.com

Jährliche Zahl der Betreiber: über 900 Mio. EUR. Volumen der verkauften Produkte: mehr als 200.000 t pro Jahr.

9.4 Distributoren

Alifoods

C/ de las Artes Gráficas, 5
03008 Alicante, Spanien

Exklusive internationale Marken sind im Sortiment, das regional, national und international aufgebaut ist, enthalten. Erfahrene Vertriebshändler verkaufen gekonnt Lebensmittelprodukte auf dem spanischen Markt.

Telefon: +34 965 103 333
Fax: +34 965 117 120
E-Mail: comercial@alifoods.com
Website: www.alifoods.com

Servibar

Autovía Sevilla - Málaga A92, Km 11
41500 Alcalá de Guadaíra – Sevilla,
Spanien

Telefon: +34 600 588 984
E-Mail: servibar@servibar.es
Website: www.servibar.es/

Vertrieb von Lebensmitteln, Getränken,
Spirituosen und Drogerien: Servibar kann
sowohl mit dem Großhandel als auch mit dem
LEH arbeiten.

Ofistrade

Buenos Aires, 38 - 40 Entlo. C
08036 Barcelona, Spanien

Telefon: +34 934 306 870
Fax: +34 934 109 613
E-Mail: info@ofistrade.com
Website: www.ofistrade.com

Import und Vertrieb ethnischer und
internationaler Produkte, die über eine eigene
Identität in ihrem Herkunftsland verfügen. Die
Aktivität ist hauptsächlich im Einzelhandel
sowie mit den HoReCa-Kanälen.

Quesos Manso

C/Cerdanya, 54
08820 El Prat de Llobregat - Barcelona
Spanien

Telefon: +34 933 704 358
Fax: +34 933 704 459
E-Mail: info@quesosmanso.com
Website: www.quesosmanso.com/en

Seit dem Jahr 1942 ist Quesos Manos für den
Import und Vertrieb aller Arten von Käse,
Sahne, Butter, Joghurt, Milch und weiteren
Milchprodukten internationaler Hersteller
zuständig.

Distribuciones Rivero Uriol

C/ Candado, 4 bajo (pab.2-parc.38-a-1)
26009 Logroño - La Rioja, Spanien

Telefon: +34 941 244 992
Fax: +34 941 246 529
E-Mail: comercial@dru.es

Großhandel mit Lebensmitteln, Getränken
usw. sowie Verteilung von Rohstoffen für
Bäckerei, Konditorei und HoReCa. Produkte
für Gastfreundschaft, Gastronomie und
Kollektivitäten. Großhandel mit
Lebensmitteln, Getränken.

COLECESA

Polígono Industrial Can Mascaró
Carrer del Ponent, s/n
08756 La Palma de Cervelló – Barcelona,
Spanien

Telefon: +34 936 720 419
E-Mail: colecresa@colecresa.com
Website: www.colecresa.com

Ihre Spezialität sind Hülsenfrüchte und der
Getreidesektor. Sie handeln mit nationalen
sowie internationalen Kunden. Einzelhändler,
Unternehmen der Lebensmittelbranche sowie
Einzelpersonen können mit Kooperations-
partner sein.

9.5 Großhandel

Dian

Cash Sevilla
Avda. de la Prensa, 9
41007 Sevilla, Spanien

Telefon: +34 954 670 900
Fax: +34 954 674 331
Website : www.grupodian.es/

Die Großhändler Cash Sevilla S. A., Almacenes Costasol S. A. und Cash Dian Jerez S. A bilden die Dachmarke Grupo Dian. Beliefert Supermärkte und Gaststätten. Die Hauptsitze sind in Sevilla, Málaga und Cádiz.

Makro

Paseo Imperial, 42
28005 Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 644 255
E-Mail: atencionclientes.64@makro.es
Website: www.makro.es/

Marktführer in Spanien im Bereich Großhandel:
Teil der Großhandelskette Metro, über 37 Cash & Carry Geschäfte in ganz Spanien, über 900.000 registrierte gewerbliche Kunden (größtenteils Hotels und Restaurants).

Mercasa

Paseo de la Habana, 180 28036 Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 500 609
E-Mail: mercasa@mercasa.es
Website: www.mercasa.es

Frische Produkte, wie Obst und Gemüse, Fisch und Fleisch sowie Blumen gehören zum Sortiment. Mercasa verfügt über 2.000 Händler, 23 Markthallen, 3.100 Groß- und Komplementärunternehmen. 51% gehören zur Staatsgesellschaft für Industriebeteiligungen, 49% zum MAPAMA.

GM Food Iberica

C/ German Miquel, s/n
17469 Vilamallà – Girona, Spanien

Telefon: +34 972 527 000
Website: www.gmfood.es/

Lebensmittelgroßhändler, gegründet in Figueres: betreibt über 2.000 Supermärkte in Spanien unter verschiedenen Namen. Der chinesische Konzern Bright Foods übernahm GM Food Iberica (2015).

AgroFoodGate.com

C/ Alfonso el Batallador, 10 - Entr.D
31007 Pamplona, Spanien

E-Mail: info@agrofoodgate.com
Website: agrofoodgate.com/es

Plattform für Fachleute aus dem Agrar- und Ernährungssektor auf nationaler und internationaler Ebene:
Kommunikationsinstrument zur Geschäftsentwicklung von Unternehmen in den Bereichen Landwirtschaft und Nahrungsmittel, Förderung konventioneller, ökologischer und glutenfreier Produkte.

Grupo Alipensa

Avenida de Málaga, 38
14550 Montilla – Córdoba, Spanien

Telefon: +34 957 650 447

Fax: +34 957 651 004

E-Mail: lop@alipensa.es

Website: www.sercodi.es

Unternehmen mit mehr als 1.000
Mitarbeitern, 8 Logistikplattformen. 180
Geschäfte, 1.000 Franchise-Kunden, 17 Cash
& Carry in ganz Andalusien mit mehr als 200
Benutzern, 60.000 Produktreferenzen, 4.000
Lieferanten.

9.6 LEH

Auchan

Calle Santiago de Compostela
28029 Madrid, Spanien

Telefon: +33 320 816 800

Website: www.auchan-retail.com

Seit 1981 ist die französische Auchan-Gruppe
in Spanien präsent. 20.200 Mitarbeiter und
357 Geschäftsstellen sind derzeit vorhanden.
Die Hypermarktkette Alcampo ist ihr
wichtigstes Verkaufsformat und eine der
größten Hypermarktketten Spaniens. Sie
verfügt zudem viele weitere Subformate.

Carrefour

Edificio de oficinas Carrefour
Ctra. de Burgos Km 14.500
28108 Alcobendas
Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 331 259

Fax: +34 913 291 553

E-Mail: prensa.es@carrefour.com

Website: www.carrefour.es

Carrefour, ebenfalls eine französische Gruppe,
ist weltweit mit Supermärkten, Hypermärkten
und Discountern vertreten. Seit dem Jahr 1973
in Spanien aktiv, ist Carrefour Europas
zweitgrößte und weltweit die drittgrößte LEH-
Kette.

DIA (Distribuidora Internacional de Alimentación)

C/ Jacinto Benavente, 2A
28232 Las Rozas
Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 985 400

E-Mail: comunicacion@diagroup.com

Website: www.dia.es

Der Hard-Discount DIA ist international
präsent und an der Madrider Börse notiert.
DIA war lange Zeit Teil der französischen
Gruppe Carrefour, ist allerdings wieder
eigenständig. Weltweit werden fast
DIA weltweit: 7.000 Märkte, 50
Vertriebszentren, über 7.500 Produkte als
Handelsmarke.

El Corte Inglés

C/ Hermosilla, 112
28009 Madrid, Spanien

Telefon: +34 914 018 500

E-Mail:

comunicacionelcorteingles@elcorteingles.es

Website : www.elcorteingles.es/

Die größte Warenhauskette Spaniens El Corte Inglés beinhaltet die Hypermarktkette Hipercor, den Convenience-Store Opencor sowie die Supermarktketten Supercor und Supercor-exprés.

Umsatz (2017): 15.935 Mio. EUR

Mitarbeiter: 92.078

Lieferanten: 81 % national; 92 % EU

Mehr als 700 Mio. Besucher pro Jahr.

Grupo Eroski

B° San Agustín, s/n
48230 Elorrio Vizcaya, Spanien

Telefon: +34 944 158 642

E-Mail: comunicacion@eroski.es

Website: www.eroskicorporativo.es/

Eroski City und Eroski Center sind die Hauptverkaufsformate der spanischen Handelskette, die der Einkaufskooperation Alidis/Agenor angehört.

Lidl España

C/ Beat Oriol, s/n
08110 Pol. Ind. La Granja
Montcada i Reixac – Barcelona, Spanien

Telefon: +34 900 958 311

Website: www.lidl.es

1994 erstmals in Spanien vorhanden, wächst Lidl's Präsenz weiter. Über 550 Geschäfte; 10 Logistikplattformen. Lidl ist eine führende Supermarktkette in der Lebensmittelverteilung, die auf dem spanischen Markt ihren Platz gefunden hat.

Mercadona

Carrera Valencia, 5
Tavernes Blanques
46016 Valencia, Spanien

Telefon: +34 900 500 103

Website: www.mercadona.es/es/inicio

Im Jahr 1977 von der Cárnicas Roig Group gegründet, ist Mercadona nun seit Jahren Marktführer im Supermarktsegment in Spanien.

1.629 Geschäfte in ganz Spanien und 84.000 Mitarbeiter wurden derzeit gezählt.

Supersol

Paseo de John Lennon 1^a
28906 Getafe, Spanien

Telefon: +34 902 246 346

E-Mail: info@supersol.es

Website : www.supersol.es

Spanischer Supermarkt mit über 190 Geschäftsstellen. Er ist Teil der kanarischen Supermarktgruppe DinoSol.

Consum

Avenida Alginet, 1
46460 Silla – Valencia, Spanien

Telefon: +34 961 974 000
E-Mail: consumcooperativa@consum.es
Website: www.consum.es

Consum gilt als eine der größten spanischen Genossenschaften nach Anzahl der Partner und als eines der ersten Unternehmen im Vertriebssektor zu positionieren. Der Vertrieb wird momentan weiterentwickelt. Mehr als 707 Supermärkte bestehen zwischen Consum und Charter Franchise. Sie ist in den Regionen Valencia, Katalonien, Murcia, Kastilien-La Mancha, Aragón und Andalusien vertreten.

9.7 Food-Service: HoReCa und Convenience Stores

9.7.1 Hotels

Marriot International

0400 Fernwood Road
20817 Bethesda, Maryland, USA

Telefon: +34 900 994 422 (Spanien)
Website: www.espanol.marriott.com

Führendes globales Hotelunternehmen mit mehr als 6.700 Einrichtungen in 130 Ländern und Gebieten. 22.000 Mio. USD wurden im Jahr 2017 erzielt. Ihr Sitz ist in Washington DC und es verfügt über 30 Marken für jegliche Formen des Einzelhandels.

NH Holte Group

Santa Engracia, 120
28003 Madrid, Spanien

Telefon: +34 914 519 718
E-Mail: development@nh-hotels.com
Website: www.nh-hotels.com

Im Jahr 1978 in Navarra (Spanien) gegründet, verfügt die spanische Hotelkette ca. 400 Resorts-Hotels in 29 Ländern, überwiegend in Europa und Lateinamerika. Heute gilt es als Benchmark-Betreiber von Stadthotels.

Meliá Hotels International

Gremi Boters, 24
07009 Palma de Mallorca, Spanien

Telefon: +34 971 224 400
E-Mail: development@melia.com
Website: www.meliahotelsinternational.com/

Im Jahr 1956 in Palma de Mallorca gegründet. Es gehört zu den größten Ferienhotels der Welt und ist Marktführer in Spanien im Bereich Freizeit und Geschäft. Derzeit gibt es mehr als 370 Hotels in 43 Ländern auf 4 Kontinenten.

RIU Hotels & Resorts

C/ Llaud, s/n
07610 Palma de Mallorca
Spanien

Telefon: +34 871 966 296

Website: www.riu.com

RIU Hotels & Resorts ist eine Hotelkette, von 1953 aus Playa de Palma in Spanien. RIU Hotels & Resorts haben mehr als 100 Hotels in 19 Ländern. Zurzeit belegt RIU Platz30 im internationalen Ranking der Hotelketten.

9.7.2 Restaurants

AREAS

Avda. Diagonal, 579-585 - 6ª Planta
08014 Barcelona, Spanien

Telefon: +34 932 401 515

Website: www.es.areas.com

AREAS ist ein international tätiges Unternehmen, das Services, vor allem Gastronomie, für Reisende anbietet. 520 Einrichtungen, wie Raststätten auf Autobahnen oder Restaurants auf Flughäfen werden durch AREAs in Spanien betrieben.

Burger King España

Avda. de Europa 26 - Ática VII – Edificio 7
28224, Madrid, Spanien

Telefon: +34 915 401 626

E-Mail: contacto@bkspain.es

Website: www.bkspain.es

Burger King wurde im Jahr 1953 in Jacksonville Florida gegründet. 1975 wurde die erste Filiale auf europäischem Boden in Madrid eröffnet. In Spanien gibt es etwa 600 Burger King Filialen, das sind 100 mehr als sein Konkurrent McDonald's.

McDonalds España

C/ Somera, 5
28023 Urbanización La Florida - Madrid
Spanien

Telefon: +34 917 547 890

E-Mail: atencionconsumidor@es.mcd.com

Website: www.mcdonalds.es/

Den weltweit größten Fast Food Konzern McDonald's gibt es in Spanien seit dem Jahr 1981. Insgesamt existieren fast 500 McDonald's Filialen in Spanien, die im Franchise- System betrieben werden.

9.7.3 Convenience Stores/Tankstellen

BP España

Avenida de Barajas, 30
Alcobendas – Madrid, Spanien

Telefon: +34 914 147 005

Website: www.bp.com/es_es/spain.html

BP ist seit dem Jahr 1954 in Spanien präsent und beschäftigt rund 900 Mitarbeiter. Aktuell gibt es 629 Tankstellen, die Lebensmittel über angeschlossene Convenience Stores anbieten. Als eines der wichtigsten Energieunternehmen des Landes steht es an dritter Stelle aller Energieunternehmen und verfügt über einen Marktanteil von 8%.

CEPSA

Paseo de la Castellana, 259 A
28046 Madrid, Spanien

Telefon: +34 913 376 000

Website: www.cepsa.com

CEPSA, ein spanisches Öl- und Gasunternehmen, agiert weltweit und gehört zu 100% der International Petroleum Investment Company. Mehr als 1.700 Tankstellen werden in Spanien betrieben.

Repsol

C/ Mendez Álvaro, 44
28045 Madrid, Spanien

Telefon: +34 917 538 100

E-Mail: sacportal@repsol.com

Website: www.repsol.com

Repsol ist ein spanischer Erdölkonzern mit Sitz in Madrid. Er ist in 29 Ländern aktiv, betreibt insgesamt 6.900 Tankstellen in Europa und Lateinamerika und ist Marktführer in Spanien mit 3.600 Tankstellen.

Catering/Großverpflegung

Serunió

Avda. del Sistema Solar, 9
28830 San Fernando de Henares - Madrid
Spanien

Telefon: +34 916 756 462

E-Mail: info@serunion.elior.com

Website: www.serunion.es/

Serunió verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung, 20.000 Fachleute und 3.000 Zentren. Mehr als 495.000 Gäste in Schulen, Unternehmen, Krankenhäusern und Seniorenzentren werden täglich bedient. 23 Büros, 5 Verkaufsdelegationen und 15 Zentralküchen werden dafür genutzt. Seit dem Jahr 2001 ist Serunió Teil der Elior-Gruppe, einem weltweit führenden Unternehmen in den Bereichen Catering, Dienstleistungen und Konzessionen.

Sodexo España

C/ Chile, 8 – Edificio Azasol – 1ª Planta
28290 Las Rozas – Madrid, Spanien

Telefon: +34 916 024 000

E-Mail: empresas.onsite.es@sodexo.com

Website: www.es.sodexo.com

Sodexo ist führender Anbieter von Dienstleistungen für Lebensqualität. Seit dem Jahr 1976 führt die Gruppe Lebensqualität-Dienstleistungen für Unternehmen, Institutionen, Krankenhäuser, Seniorenzentren, Hochschulen und Universitäten in Spanien durch. Vor-Ort-Services sowie Zusatzleistungen und Incentive-Services sind ausschlaggebend. Mehr als 5.500 Mitarbeiter arbeiten in 415 Zentren.

9.8 Fachmessen

Alimentaria

Fida de Barcelona
Recinto Gran Via/ Barcelona, Spanien

Telefon: +49 7071 3655 95

E-Mail: info@messe-barcelona.de

Website: www.alimentaria-bcn.com/

Die Alimentaria ist eine internationale Messe, bei der Fachleute aus der Lebensmittel-, Getränke- und Gastronomiebranche vertreten sind. Innovationen, neue Trends und die Internationalisierung sind Kernthemen dieser Veranstaltung. Interessierte deutsche Unternehmen können sich an Frau Franziska Springmann von der Messe Barcelona wenden.

Fakten:

3.938 ausstellende Unternehmen,

65 Länder sind vertreten;

624 internationale Gastkäufer;

11.200 Geschäftstreffen sind vorgesehen

Nächster Termin: 20. – 23. April 2020

Biocultura

Feria de Congresos de Sevilla - FIBES Palau
Sant Jordi

Feria de Valencia

Feria de Madrid – IFEMA

Bilbao Exhibition Centre (BEC)

EXPOCoruña, Spanien

Telefon: +34 935 800 818

Fax: +34 935 801 120

Website: www.biocultura.org

Eine Messe für ökologische Produkte und verantwortungsbewussten bzw. gesundheitsfördernden Konsum. Es ist ein internationales Ereignis und findet jährlich in Madrid und Barcelona statt. Alle zwei Jahre zudem in Sevilla, Valencia, Bilbao und La Coruña

Nächster Termin: 22. – 24. März 2019 in Sevilla

Conxemar

IFEVI - Avenida do Aeroporto, 772
36318 Vigo - Pontevedra
Barcelona, Spanien

Telefon: +34 986 433 351
Fax: +34 986 433 351
E-Mail: conxemar@conxemar.com
Website: www.conxemar.com/es/

Die internationale Fachmesse Conxemar präsentiert alles zum Thema tiefgekühltem Fisch und Meeresfrüchten. Die Messe findet einmal im Jahr in Vigo (Galizien) statt. Organisator ist der gleichnamige Verband.

Großhändler, Importeure, Exporteure, Verarbeiter, Hersteller, Händler treffen und tauschen sich aus zur Fischerei und anwendbaren Technologien und Techniken.

Fruit Attraction

IFEMA Feria de Madrid
Avda. Partenón, 5
28042 Madrid, Spanien

Telefon: +34 917 223 000
E-Mail: fruitattraction@ifema.es
Website: www.fruitattraction.com

Die Fruit Attraction ist eine Fachmesse für jede Form von Obst und Fruchtsäften. Sie findet jährlich in Madrid statt.

Fakten:
1.600 Aussteller
70.000 Fachleute
120 Länder

INTERSICOP

IFEMA Feria de Madrid
Av. Partenón, 5
28042 Madrid, Spanien

Telefon: +34 902 221 515
E-Mail: intersicop@ifema.es
Website: www.ifema.es

INTERSICOP ist eine internationale Veranstaltung für Bäckereien, Konditoreien, Eis- und Kaffeespezialisten. Hersteller, Händler und Zulieferer, Bäcker, Konditoren, können sich hier über die neuesten Entwicklungen austauschen.

Nächster Termin: 23. – 26. Februar 2019

EuroFruit

Avinguda President Josep Tarradellas, 20
25001 Lleida, Spanien

Telefon: +34 973 705 000
E-Mail: eurofruit@firadelleida.com
Website: www.firadelleida.com/eurofruit/

Dienstleistungen und Lieferungen für den Obstsektor in der Industrie sind hier Schwerpunkt. Es ist ein Treffpunkt für Fachleute, Hersteller und Händler des Obstsektors in Spanien und Europa geworden.

Vinoble

C/ Alameda Vieja
11403 Jerez de la Frontera – Cadiz –
Andalusien, Spanien

Telefon: +34 956 149 535
E-Mail: vinoble@aytojerez.es
Website: www.vinoble.org

Vinoble wird als Kultur- und
Werbeveranstaltung von Weinen dargestellt.
Über 200 nationale und internationale
Einkäufer und Importeur waren zuletzt auf
der Vinoble.

Im Jahr 2016:
49 Stände;
200 Meter gastronomische Zelte;
11 Länder;
800 Weinreferenzen;
150.000 Gläser serviert;
mehr als 200 Käufer

9.9 Fachmagazine / -zeitschriften

ARAL

Avda. Cuarta, bloque 1 - 2ª Planta
28022 Madrid, Spanien

Telefon: +34 677 504 818
E-Mail: mercedes.alvarez@revistaaral.com
Website: www.revistaaral.com/es

ARAL ist ein Fachmagazin mit
Schwerpunkten auf Massenkonsum,
Lebensmittel allgemein, Non-Food und
unterschiedliche Vertriebskanäle in Spanien.
Seit dem Jahr 1967 gilt Aral als
Referenzmagazin der Lebensmittelbranche in
Spanien.

Revista Alimentaria

C/ de Mendez Alvaro, 8-10
1. Planta - Oficina B
28045 Madrid, Spanien

Telefon: +34 914 469 659
E-Mail: informacion@revistaalimentaria.es
Website: www.revistaalimentaria.es/

Revista Alimentaria wird seit dem Jahr 1964
herausgegeben. Lebensmittelwissenschaft und
-technologie, die Lebensmittelverordnung und
die Lebensmittelsicherheit sind Kernthemen.

Revista Inforetail

C/ Cristóbal Bordiu, 35 - 5º
28003 Madrid, Spanien

Telefon: +34 916 835 973
E-Mail: jesus.calvo@revistainforetail.com
Website: www.revistainforetail.com/

Im Jahre 2012 gegründet:
Kommunikationsfachleute berichten über und
analysieren den Einzelhandel und den
Massenkonsum.

Mi Vino

Camino de Húmera 18 E
28223 Colonia Los Ángeles - Pozuelo de
Alarcón, Spanien

Telefon: +34 915 120 768
Fax: +34 915 183 783
E-Mail: j.santos@opuswine.es
Website: www.mivino.es/

OpusWine veröffentlicht seit dem Jahr 1996 MiVino, die monatlich erscheint und sich mit Hotels und Weingütern befasst. Die Zeitschrift kann in über 1.000 Restaurants, Hotels und Fachgeschäften, im gesamten Gourmet Club in El Corte Inglés, und in den AVE Club Rooms erworben werden.

Sobremesa

C/ Guzmán el Bueno, 133 –
Edificio Britannia
28003 Madrid, Spanien

Telefon: +34 912 963 020
E-Mail: redacción@sobremesa.es
Website: www.sobremesa.es

Diese Zeitschrift befasst sich mit der Auswahl und dem Verkauf von Wein- und Gastronomieprodukten in Spanien.

Mercados

C/ Presidente Cárdenas, 10
41013 Sevilla, Spanien

Telefon: +34 954 258 851
Fax: +34 954 251 994
E-Mail: redaccion@revistamercados.com
Website: www.revistamercados.com

MERCADOS enthält Inhalte über den Frischobst- und Gemüsemarkt auf nationaler und internationaler Ebene. In Spanien ist MERCADOS wesentlich beliebter (Spanien: 82%, International 18%).

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Absatzförderung, Qualitätspolitik)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

Januar 2019

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Argus/stock.adobe.com

TEXT

COMMIT Project Partners GmbH
Kastanienallee 71
10435 Berlin
Tel.: +49 (0)30 2061648-0
www.commit-group.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Jessica Bednarski
Raïssa Castro

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt COMMIT Project Partners GmbH 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 COMMIT Project Partners GmbH 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 kostenlos herausgegeben. 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.instagram.com/lebensministerium)

www.agrarexportfoerderung.de

