



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Argentinien

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

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	3
Tabellenverzeichnis.....	6
Abbildungsverzeichnis	7
Abkürzungsverzeichnis	9
1. Zusammenfassung.....	10
2. Einleitung	11
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....	12
3.1 Länderkurzinformation	12
3.1.1 Geografische Lage	12
3.1.2 Bevölkerung.....	13
3.1.3 Der <i>Ease of Doing Business</i> -Index	14
3.2 Wirtschaftliche Lage und Ausblick	14
3.2.1 BIP	14
3.2.2 Arbeitslosigkeit	16
3.2.3 Inflationsrate	16
3.2.4 Außenhandelsbilanz	17
3.3 Lebensmittelproduktionszentren	18
3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb	18
4. Die Süßwarenindustrie	20
4.1 Kurze Einführung in den Markt.....	20
4.2 Überblick über die lokale Produktion.....	20
4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	21
4.3.1 Schokoladenwaren	24
4.3.2 Zuckerwaren	26
4.3.3 Kaugummiwaren.....	29
4.4 Überblick über Exporte und Importe.....	30
4.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller	32
4.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	33
4.6.1 Arcor	33
4.6.2 Mondelez.....	34
4.6.3 Ferrero	35
4.6.4 Nestlé	35
4.6.5 La Delicia Felipe Fort (Felfort).....	35
4.6.6 L’Heritier	36
4.6.7 La Dolce.....	37
4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	37
5. Die Knabberartikelindustrie	40

5.1 Kurze Einführung in den Markt.....	40
5.2 Überblick über die lokale Produktion.....	40
5.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	41
5.4 Überblick über Exporte und Importe.....	45
5.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller	46
5.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	47
5.6.1 Bagley	47
5.6.2 PepsiCo	48
5.6.3 Mondelez.....	48
5.6.4 5 Hispanos.....	49
5.6.5 Riera	49
5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	50
6. Die Backwarenindustrie	52
6.1 Kurze Einführung in den Markt.....	52
6.2 Überblick über die lokale Produktion.....	52
6.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	53
6.3.1 Backprodukte	56
6.3.2 Kleingebäck	58
6.4 Überblick über Exporte und Importe.....	60
6.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller	62
6.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	63
6.6.1 Molinos Río de la Plata.....	63
6.6.2 Carrefour	64
6.6.3 Bagley	64
6.6.4 Mondelez.....	64
6.6.5 Arcor	65
6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	66
7. Die Cerealienindustrie.....	68
7.1 Kurze Einführung in den Markt.....	68
7.2 Überblick über die lokale Produktion.....	68
7.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	69
7.4 Überblick über Exporte und Importe.....	73
7.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller	74
7.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	76
7.6.1 Alimentos Granix.....	76
7.6.2 Nestlé	76
7.6.3 Elaboradora Argentina de Cereales (PepsiCo)	77
7.6.4 Arcor	77
7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	78

8. Der Speiseeismarkt.....	79
8.1 Kurze Einführung in den Markt.....	79
8.2 Überblick über die lokale Produktion.....	79
8.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	80
8.4 Überblick über Exporte und Importe.....	84
8.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller	85
8.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	86
8.6.1 Froneri.....	86
8.6.2 Arcor	86
8.6.3 Ice Cream	87
8.6.4 Monhelado	87
8.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	88
9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt.....	90
10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland.....	91

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Argentinien in der Weltrangliste der Tätigkeit erfolgreicher Geschäfte (2019)	14
Tabelle 2: BIP zu konstanten Preisen mit festgelegtem Wechselkurs aus 2010 berechnet (im Zeitraum 2015 bis 2020)	15
Tabelle 3: BIP pro Kopf (im Zeitraum 2015 bis 2020)	15
Tabelle 4: Konsum von Süßwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD)	22
Tabelle 5: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)	23
Tabelle 6: Segmentierung des Schokoladenverbrauchs (2019)	24
Tabelle 7: Verkaufspreise unterschiedlicher Schokoladensorten	26
Tabelle 8: Segmentierung des Zuckerwarenverbrauchs (2019)	27
Tabelle 9: Verkaufspreise unterschiedlicher Zuckerwarensorten	28
Tabelle 10: Verkaufspreise unterschiedlicher Kaugummisorten	29
Tabelle 11: Importe/Exporte: i) Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen (HS-Code 1806) und ii) Zuckerwaren ohne Kakaogehalt, einschl. weiße Schokolade (HS-Code 1704)	30
Tabelle 12: Marktanteil nach Unternehmen (2019)	33
Tabelle 13: Marktanteil nach Marke (2019)	33
Tabelle 14: Segmentierung des Knabberartikelkonsums (2019)	42
Tabelle 15: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)	43
Tabelle 16: Verkaufspreise unterschiedlicher Knabberartikelsorten	44
Tabelle 17: Importe/Exporte: Schalenfrüchte und andere Samen, einschl. Mischungen, zubereitet oder haltbar gemacht (HS-Code 200819)	45
Tabelle 18: Marktanteil nach Unternehmen (2019)	47
Tabelle 19: Marktanteil nach Marke (2019)	47
Tabelle 20: Konsum von Backwaren von 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD)	55
Tabelle 21: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)	56
Tabelle 22: Segmentierung des Backprodukteverbrauchs (2019)	57
Tabelle 23: Verkaufspreise unterschiedlicher Backproduktesorten	58
Tabelle 24: Segmentierung des Konsums von süßen Keksen, Snackriegeln & Fruchtsnacks	59
Tabelle 25: Verkaufspreise unterschiedlicher Kleingebäcksorten	60
Tabelle 26: Importe/Exporte: Backwaren (HS-Code 1905)	61
Tabelle 27: Marktanteile nach Unternehmen (2019)	62
Tabelle 28: Marktanteile nach Marke (2019)	63
Tabelle 29: Segmentierung des Konsums von Frühstückscerealien (2019)	70
Tabelle 30: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)	71
Tabelle 31: Verkaufspreise unterschiedlicher Frühstückscerealienarten	72
Tabelle 32: Importe/Exporte: Cerealien, durch Aufblähen oder Rösten von Getreide oder Getreideerzeugnissen hergestellt (HS-Code 1904)	73

Tabelle 33: Marktanteil nach Unternehmen (2019)	75
Tabelle 34: Marktanteil nach Marke (2019).....	75
Tabelle 35: Segmentierung des Speiseeisverbrauchs (2019)	81
Tabelle 36: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	82
Tabelle 37: Verkaufspreise unterschiedlicher Speiseeissorten	83
Tabelle 38: Importe/Exporte: Speiseeis (HS-Code 2105).....	84
Tabelle 39: Marktanteil nach Unternehmen (2019)	85
Tabelle 40: Marktanteil nach Marke (2019).....	86

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geografische Lage Argentiniens.....	12
Abbildung 2: Bevölkerungsanzahl in Argentinien (im Zeitraum 2015 bis 2019).....	13
Abbildung 3: Alterssegmentierung der Bevölkerung (2019).....	13
Abbildung 4: Entwicklung des PIB (im Zeitraum 2015 bis 2020)	15
Abbildung 5: Anteile der Wirtschaftssektoren am Bruttoinlandsprodukt (2019)	16
Abbildung 6: Arbeitslosenquote in Argentinien (im Zeitraum 2015 bis 2020)	16
Abbildung 7: Inflationsrate in Argentinien (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	17
Abbildung 8: Argentinische Außenhandelsbilanz (im Zeitraum 2017 bis 2019)	17
Abbildung 9: Zentren der industrialisierten Lebensmittelproduktion in Argentinien (2019)..	18
Abbildung 10: Standorte der wichtigsten Süßwarenhersteller in Argentinien.....	21
Abbildung 11: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	22
Abbildung 12: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)	22
Abbildung 13: Anteil konsumierter Süßwaren (2019).....	23
Abbildung 14: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)	24
Abbildung 15: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)	25
Abbildung 16: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)	27
Abbildung 17: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)	29
Abbildung 18: Herkunft der Schokoladenimporte nach Argentinien – HS-Code 1806 (2019).....	31
Abbildung 19: Herkunft der Zuckerwarenimporte nach Argentinien – HS-Code 1704 (2019).....	31
Abbildung 20: Zielorte der Schokoladenexporte aus Argentinien – HS-Code 1806 (2019) ...	32
Abbildung 21: Zielorte der Zuckerwarenexporte aus Argentinien – HS-Code 1704 (2019)...	32
Abbildung 22: SWOT-Analyse	38
Abbildung 23: Standorte der wichtigsten Knabberartikelhersteller in Argentinien.....	41
Abbildung 24: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	41
Abbildung 25: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)	42

Abbildung 26: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)	43
Abbildung 27: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)	44
Abbildung 28: Herkunft der Knabberartikel-Importe nach Argentinien – HS-Code 200819 (2019).....	46
Abbildung 29: Zielorte der Knabberartikel-Exporte aus Argentinien – HS-Code 200819 (2019).....	46
Abbildung 30: SWOT-Analyse	50
Abbildung 31: Standorte der wichtigsten Backwarenhersteller in Argentinien.....	53
Abbildung 32: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	54
Abbildung 33: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)	54
Abbildung 34: Anteile am Backwarenverbrauch (2019)	55
Abbildung 35: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)	56
Abbildung 37: Anteile der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019).....	59
Abbildung 38: Herkunft der Backwaren-Importe nach Argentinien – HS-Code 1905 (2019).....	61
Abbildung 39: Zielorte der Backwaren-Exporte aus Argentinien – HS-Code 1905 (2019)....	62
Abbildung 40: SWOT-Analyse	66
Abbildung 41: Standorte der wichtigsten Cerealienhersteller in Argentinien	69
Abbildung 42: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	70
Abbildung 43: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) ...	70
Abbildung 44: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)	71
Abbildung 45: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)	72
Abbildung 46: Herkunft der Cerealien-Importe nach Argentinien – HS-Code 1904 (2019)...	74
Abbildung 47: Zielorte der Cerealien-Exporte aus Argentinien – HS-Code 1904 (2019).....	74
Abbildung 48: SWOT-Analyse	78
Abbildung 49: Standorte der wichtigsten Speiseeishersteller in Argentinien.....	80
Abbildung 50: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	80
Abbildung 51: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)	81
Abbildung 52: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)	82
Abbildung 53: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)	82
Abbildung 54: Herkunft der Speiseeis-Importe nach Brasilien – HS-Code 2105 (2019).....	84
Abbildung 55: Zielorte der Speiseeis-Exporte aus Argentinien – HS-Code 2105 (2019).....	85
Abbildung 56: SWOT-Analyse	88

Abkürzungsverzeichnis

ANMAT	Nationale Behörde für Arznei-, Lebensmittel und Medizinprodukte
ARS	Argentinischer Peso
BIP	Bruttoinlandsprodukt
CAA	Argentinischer Lebensmittelkodex
CAGR	Jährliche Wachstumsrate
CNEA	Nationale Atomenergiekommission
CONAL	Nationale Lebensmittelkommission
Covid-19	Coronavirus
g	Gramm
HS	Harmonized System
IGN	Nationales Geografisches Institut
INAL	Nationales Lebensmittelinstitut
INDEC	Nationales Institut für Statistik und Volkszählungen
kg	Kilogramm
km	Kilometer
km ²	Quadratkilometer
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
l	Liter
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
RNE	Nationales Niederlassungsregister
RNPA	Nationales Lebensmittelregister
SENASA	Nationaler Dienst für Lebensmittelsicherheit und -qualität
SWOT	Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
USD	US-Dollar

1. Zusammenfassung

Argentinien registrierte 2019 eine Bevölkerung von 44,9 Mio. Einwohnern und ein Bruttoinlandsprodukt (BIP) zu konstanten Preisen von 437 Mrd. US-Dollar (USD). Das Land verzeichnete einen Rückgang des BIP um 2,2 % gegenüber 2018 und aufgrund der Auswirkungen der Coronavirus (Covid-19) -Pandemie wird für 2020 ein Rückgang um 11,8 % veranschlagt.

Im Jahr 2019 betrug der argentinische Verbrauch von Süßwaren (Schokolade, Zuckerwaren und Kaugummi), Knabberartikel, Backwaren, Cerealien und Speiseeis 5 Mrd. USD, die sich wie folgt aufteilen:

- Backwaren: 62,7 %
- Süßwaren: 19,8 %
- Knabberartikel: 13,4 %
- Speiseeis: 2,9 %
- Cerealien: 1,2 %

Für 2020 wird ein Nachfragewachstum von 25,4 % geschätzt. Alle analysierten Segmente weisen positive Indizes auf.

Zu den führenden Unternehmen in den fünf analysierten Segmenten gehören multinationale Konzerne wie Nestlé, Mondelez, Arcor, Alimentos Granix und Molinos Río de la Plata, die über Produktionseinheiten in Argentinien, hauptsächlich in der Provinz Buenos Aires, verfügen.

Deutschland gehört zu den drei Ländern, die Schokolade auf den argentinischen Markt liefern. Im Cerealiensegment liegt Deutschland unter den Exportländern an achter Stelle, bei Backwaren auf Platz 11. Für das Segment Speiseeis gibt es keine Importe aus Deutschland.

Die Abwertung des argentinischen Peso (ARS) gegenüber dem Euro, die im Zeitraum Januar– September 2020 etwa 25 % betrug, macht europäische Produkte auf dem lokalen Markt weniger wettbewerbsfähig. Deutsche Lebensmittelprodukte werden jedoch von den lokalen Verbrauchern als qualitativ hochwertig angesehen und es ist wichtig, in Zusammenarbeit mit einem lokalen Geschäftspartner Geschäftsmöglichkeiten und spezifische Marktnischen zu identifizieren und zu erkunden, um auf dem argentinischen Markt erfolgreich zu sein.

2. Einleitung

Durch die Erstellung dieser Marktstudie wird darauf abgezielt, Daten über die argentinische Wirtschaft und deren Süßwaren-, Knabberartikel-, Cerealien- und Speiseeis-Branche darzustellen, um für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) der deutschen Ernährungsindustrie auf potenzielle Möglichkeiten des argentinischen Marktes hinzuweisen. Diesen Unternehmen werden somit umfassende Informationen zur Exportsituation und zum Marktzugang in jeder Branche zur Verfügung gestellt.

Neben makroökonomischen Daten werden Daten zur lokalen Produktion, zu Zukunftsprognosen, zu den erhobenen Preisen, zum Import- und Exportvolumen, zur Marktkonzentration und Dominanz der Hauptakteure erhoben sowie Stärken-, Schwächen-, Risiken - und Chancen-Analysen (SWOT) in den jeweiligen Branchen vorgenommen, um die Chancen und Hindernisse beim Eintritt in den brasilianischen Markt aufzuzeigen.

Im Rahmen dieser Studie werden die Werte in USD angegeben, wobei der Wechselkurs von USD 1 = ARS 75,65 verwendet wird. Die Inflation zu konstanten Preisen für den Zeitraum Januar 2019 bis August 2020 lag über 50 %, daher ist die Preisschwankung in einigen Fällen höher als der Durchschnitt.

Es ist auch anzumerken, dass die Daten von 2020 und 2021 mit * hervorgehoben sind, da es sich dabei um Prognosen handelt.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformation

Nach Angaben der Weltbank ist die argentinische Wirtschaft nach Brasilien und Mexiko die drittgrößte in Lateinamerika.

Für das Jahr 2019 betrug das BIP des Landes 437 Mrd. USD (konstante Preise von 2010), wovon der Industriesektor 22 % ausmachte. Die autonome Stadt Buenos Aires (Hauptstadt des Landes) erwirtschaftete ungefähr ein Fünftel des BIP.

Im Jahr 2019 importierte Argentinien Güter im Wert von 49 Mrd. USD und exportierte Güter im Wert von 65 Mrd. USD, wobei es einen Überschuss von 16 Mrd. USD erzielte. Die wichtigsten liefernden Handelspartner waren Brasilien, China, die Vereinigten Staaten und Deutschland.

3.1.1 Geografische Lage

Die argentinische Republik liegt in der südöstlichen Ecke Südamerikas. Ihr kontinentales Territorium, das einen großen Teil des Südkegels umfasst, grenzt im Norden an Bolivien und Paraguay, im Nordosten an Brasilien, im Osten an Uruguay und im Süden und Westen an Chile.

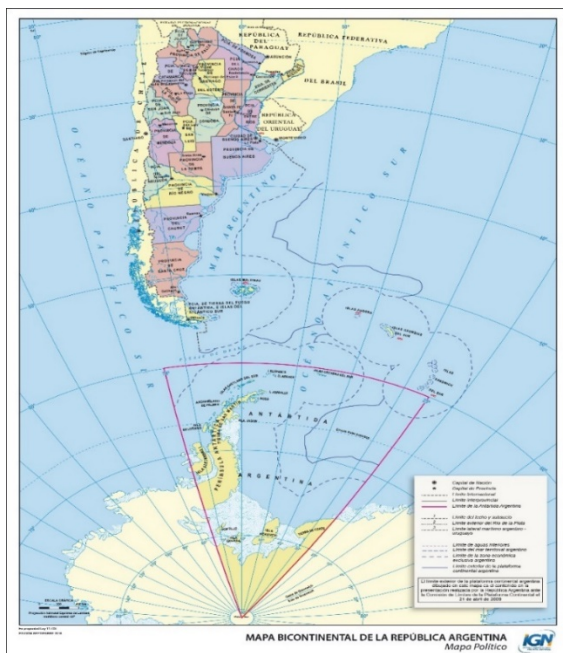


Abbildung 1: Geografische Lage Argentinien

Quelle: Nationales Geographisches Institut (IGN), www.ign.gob.ar

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Die autonome Stadt Buenos Aires ist die nationale Hauptstadt. Sie grenzt an die gleichnamige Provinz und hat eine Fläche von 202 km².

3.1.2 Bevölkerung

Seit 2015 verzeichnet Argentinien ein stabiles Bevölkerungswachstum. Im Jahr 2019 hatte das Land eine Bevölkerung von etwa 45 Mio. Einwohnern, was einem Wachstum von 0,9 % gegenüber 2018 entspricht. Es wird geschätzt, dass 2021 die Bevölkerungszahl 45,6 Mio. betragen wird.

Bevölkerungszahl in Argentinien 2015 – 2019
(Mio. Einwohner)

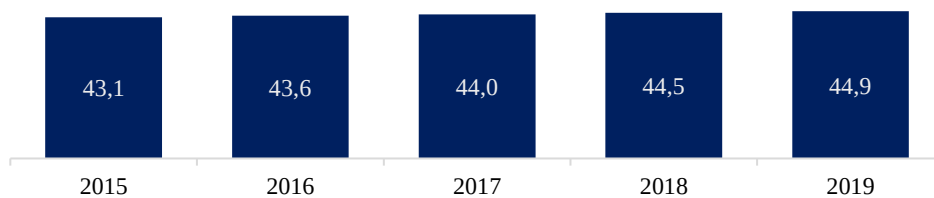


Abbildung 2: Bevölkerungszahl in Argentinien (im Zeitraum 2015 bis 2019)

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

Das Durchschnittsalter der argentinischen Bevölkerung beträgt 32 Jahre (31 Jahre für Frauen und 34 Jahre für Männer).

Im Jahr 2019 war die Zahl der Frauen höher als die der Männer und machte 50,9 % der Gesamtbevölkerung aus.

Altersegmentierung der Bevölkerung (2019)

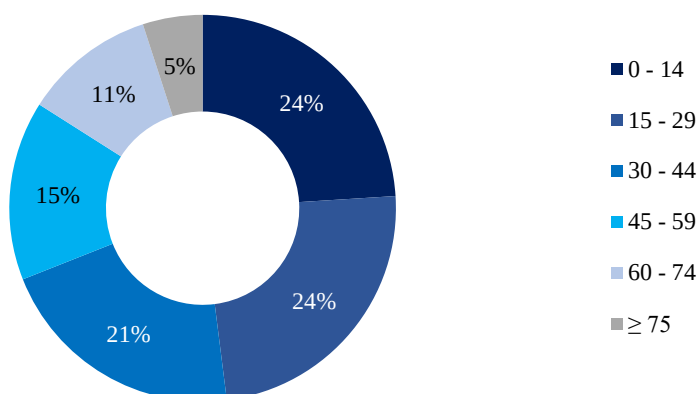


Abbildung 3: Alterssegmentierung der Bevölkerung (2019)

Quelle: INDEC, www.indec.gob.ar

3.1.3 Der *Ease of Doing Business*-Index

Für den *Ease of Doing Business*-Index evaluiert die Weltbank mit einer umfangreichen Studie über 190 Länder und teilt sie in eine Reihenfolge ein, in der Länder nach ihrer Geschäftsfreundlichkeit klassifiziert werden. Dabei liegt Argentinien derzeit auf Platz 126.

Die Zahlung von Steuern (Zahlungen, Zeit, Gesamtsteuer- und Beitragssatz für ein Unternehmen zur Einhaltung aller Steuervorschriften) und Baugenehmigungen (Verfahren, Zeit und Kosten für den Bau) sind die kritischsten Punkte, während der Schutz von Investoren der stärkste ist.

Tabelle 1: Argentinien in der Weltrangliste der Tätigkeit erfolgreicher Geschäfte (2019)

Kategorien (Wert)	Ranking
<i>Ease of Doing Business</i> -Index	126
Gründung eines neuen Unternehmens	141
Erwerb einer Baugenehmigung	155
Zugang zu Elektrizität	111
Eigentumsregistratur	123
Zugang zu Kredit	104
Schutz von Investoren	61
Steuern	170
Internationaler Handel	119
Vertragssicherheit	97
Insolvenzverfahren	111

Quelle: Doing Business, www.doingbusiness.org

3.2 Wirtschaftliche Lage und Ausblick

3.2.1 BIP

Seit 2017 ist das BIP Argentiniens kontinuierlich zurückgegangen. Es verzeichnete bis 2019 ein BIP zu konstanten Preisen von 437 Mrd. USD, was einem Rückgang um 2,2 % gegenüber 2018 entspricht.

Der Internationale Währungsfonds schätzt, dass das BIP Argentiniens bis Ende 2020 um 11,8 % sinken wird.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Tabelle 2: BIP zu konstanten Preisen mit festgelegtem Wechselkurs aus 2010 berechnet (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Jahr	Mrd. USD (konstante Preise 2010)
2015	455,8
2016	446,3
2017	458,3
2018	446,9
2019	437,2
2020*	385,6

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

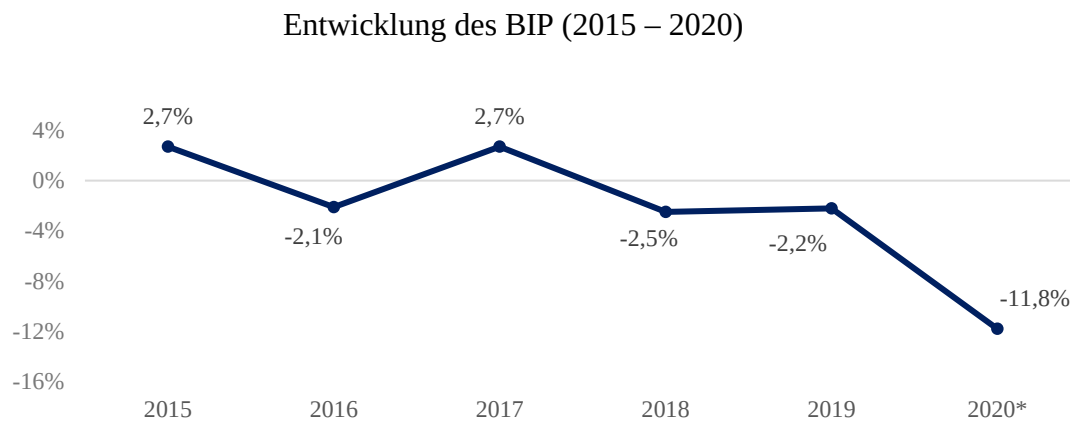


Abbildung 4: Entwicklung des PIB (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

Tabelle 3: BIP pro Kopf (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Jahr	USD (konstante Preise 2010)
2015	10.568
2016	10.239
2017	10.404
2018	10.044
2019	9.729
2020*	8.649

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Anteile der Wirtschaftssektoren am BIP (2019)

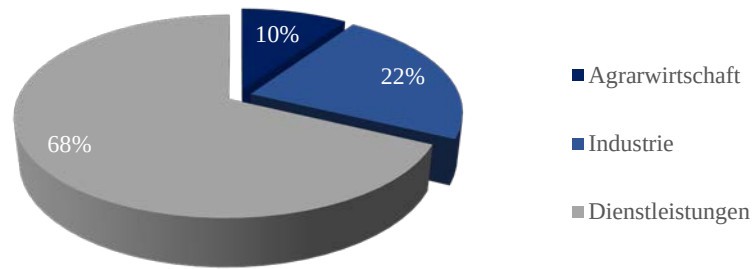


Abbildung 5: Anteile der Wirtschaftssektoren am Bruttoinlandsprodukt (2019)

Quelle: Nationales Institut für Statistik und Volkszählungen (INDEC), www.indec.gob.ar

3.2.2 Arbeitslosigkeit

Seit 2015 steigt die Arbeitslosenquote in Argentinien stetig an. Für 2020 wird eine ungefähre Rate von 10,4 % geschätzt. Die Städte mit der höchsten Arbeitslosigkeit sind Buenos Aires, Catamarca, Mar del Plata und Rosario.

Arbeitslosenquote in Argentinien (2015 – 2020)

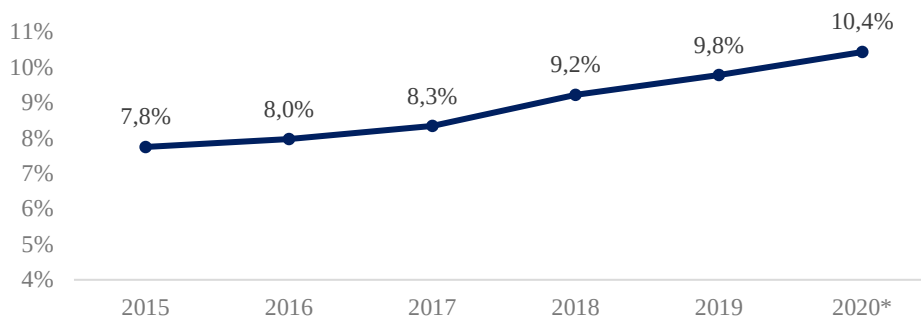


Abbildung 6: Arbeitslosenquote in Argentinien (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

3.2.3 Inflationsrate

Die Inflation in Argentinien ist eine der höchsten in Lateinamerika. Im Mai 2019 erreichte sie mit 57 % ihre höchste Rate. Juli 2020 verzeichnete Argentinien eine Quote von 42 % gegenüber 54 % im Juli 2019.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Inflationsrate in Argentinien (Jan 2019 – Aug 2020)

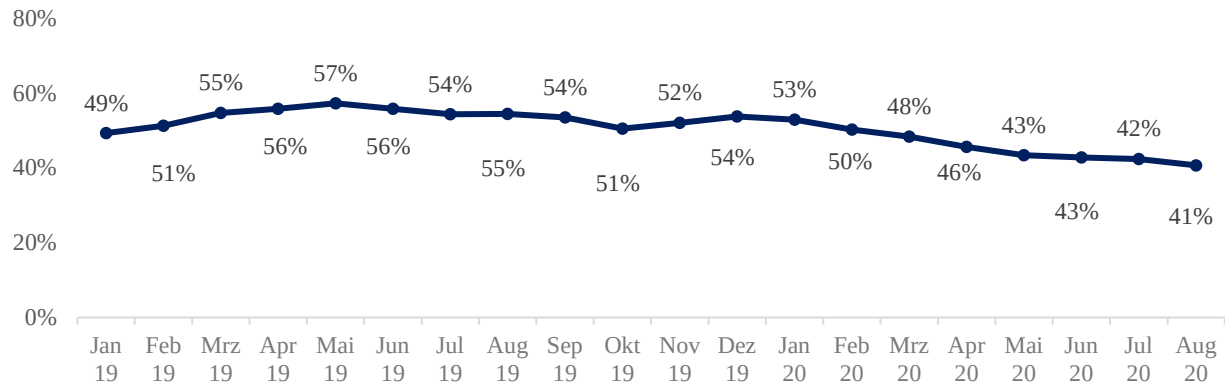


Abbildung 7: Inflationsrate in Argentinien (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Zentralbank von Argentinien, www.bcra.gob.ar

3.2.4 Außenhandelsbilanz

Im Jahr 2018 wies Argentinien ein Handelsdefizit von 3,7 Mrd. USD auf. Im Jahr 2019 erholte die Außenhandelsbilanz sich jedoch und erreichte einen Überschuss von 16 Mrd. USD.

Im Jahr 2019 war Deutschland mit einem Exportwert von 2,8 Mrd. USD der viertgrößte Exporteur nach Argentinien und verzeichnete im Vergleich zu 2018 einen Rückgang um 17,6 %.

Argentinische Außenhandelsbilanz (Mrd. USD)

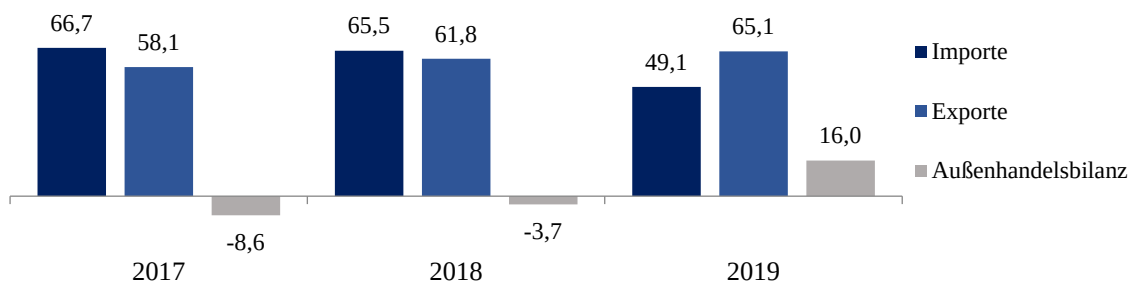


Abbildung 8: Argentinische Außenhandelsbilanz (im Zeitraum 2017 bis 2019)

Quelle: TradeMap, www.trademap.org

3.3 Lebensmittelproduktionszentren

In Anbetracht der führenden Unternehmen in den analysierten Sektoren und mit Fabriken in Argentinien wurden 18 Unternehmen identifiziert, die insgesamt 82 Produktionseinheiten im Land haben.

Die Fabriken konzentrieren sich auf 12 Regionen Argentiniens, wobei die Provinz Buenos Aires mit 41 Produktionseinheiten die repräsentativste ist.

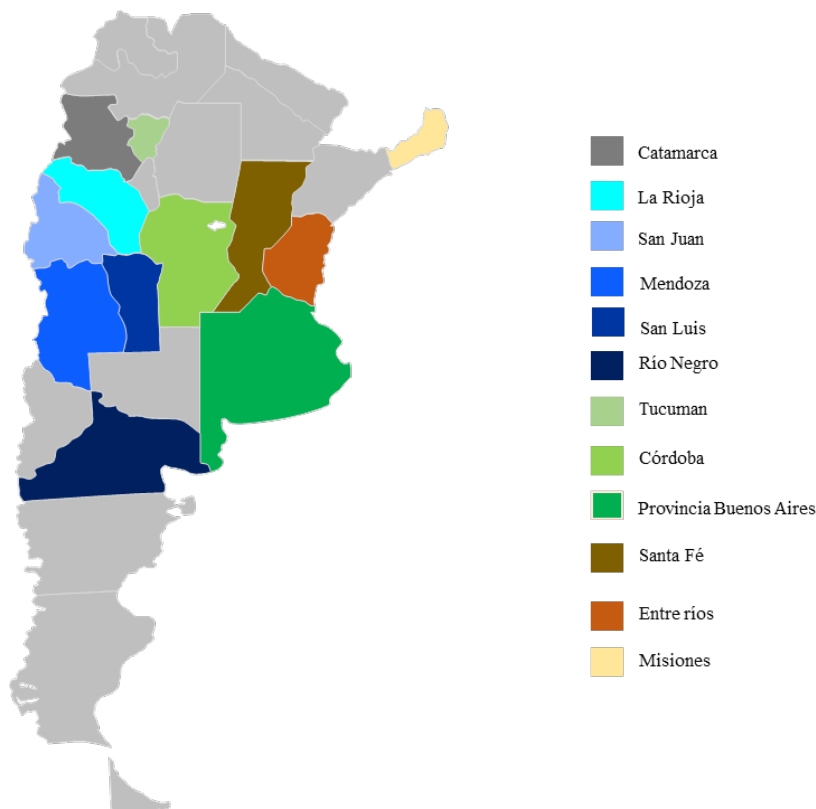


Abbildung 9: Zentren der industrialisierten Lebensmittelproduktion in Argentinien (2019)

Quelle: eigene Darstellung

3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb

Die folgenden vier Behörden kontrollieren Lebensmittelprodukte in Argentinien:

- Nationaler Dienst für Lebensmittelsicherheit und -qualität (SENASA)
- Nationale Behörde für Arznei-, Lebensmittel und Medizinprodukte (ANMAT)
- Nationale Lebensmittelkommission (CONAL)
- Nationales Lebensmittelinstitut (INAL)

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Der argentinische Lebensmittelkodex (CAA) ist der grundlegende Standard des nationalen Lebensmittelkontrollsystems, der alle Vorschriften in Bezug auf die Zubereitung, Umwandlung, den Transport, den Vertrieb und die Vermarktung von Lebensmitteln regelt.

Der CAA schreibt vor, dass Betriebe, die Lebensmittel herstellen oder vermarkten, vor Beginn ihrer Tätigkeit in Argentinien das vom INAL erteilte Nationale Niederlassungsregister (RNE) erhalten müssen. Nach Erhalt des RNE müssen sie diese Lebensmittelprodukte vor deren Vermarktung über die Nationale Lebensmittelregister (RNPA) registrieren.

Die zum Erhalt des RNPA erforderliche Dokumentation umfasst:

- Ursprungszeugnis: Nachweis der Eignung des Produkts für den menschlichen Verzehr, ausgestellt von der Gesundheitsbehörde bzw. der Handelskammer des Herkunftslandes
- Ursprungsetiketten: Etikett, mit dem das Produkt im Herkunftsland vermarktet wird, mit der entsprechenden Übersetzung ins Spanische
- Technische Vorgaben: Spezifizierungen, die das Produkt erfüllt (qualitativ-quantitative Zusammensetzung, Nährwertprofil)
- Verarbeitungstechniken: Dokument, das den Produktionsprozess des Produkts beschreibt und die verschiedenen Phasen des Prozesses angibt

4. Die Süßwarenindustrie

4.1 Kurze Einführung in den Markt

Der argentinische Süßwarenmarkt beinhaltet drei Segmente mit folgenden Produkten:

- Schokolade (Schokoladen in Schachteln, Tafelschokolade, Schokoladenriegel, saisonale Schokolade, Schokolade in Tüten, Schokolade mit Spielzeug und weitere Schokoladenerzeugnisse)
- Zuckerprodukte (Bonbons, Pastillen, Gelees, Karamellbonbons, Lutscher, gesundheitsfördernde Zuckerwaren, Minzprodukte, Nugat und andere zuckerhaltige Produkte)
- Kaugummis

Im Jahr 2019 betrug der Konsum von Süßwaren in Argentinien 989 Mio. USD. Während des Zeitraums 2015 bis 2019 lag die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate (CAGR) bei 31 %. Bis zum Jahr 2020 wird der Verbrauch schätzungsweise um 38 % steigen und bis 2021 um 0,2 % sinken und sich bei 1,4 Mrd. USD einpendeln.

Das Schokoladensegment macht 42 % des Verbrauchs aus. Fünf Unternehmen konzentrieren 85,6 % des Marktes auf sich, wobei allein 52 % auf die Firma Arcor entfallen. Die Unternehmen Mondelez, Ferrero, Nestlé und La Delicia Felipe Fort sind die repräsentativsten in Argentinien.

Das Zuckerwarenssegment macht 38 % des gesamten Verbrauchs aus und wie in der Schokoladenbranche konzentrieren fünf Unternehmen 83,9 % des Marktes auf sich. Dieses Segment wird ebenfalls von der Firma Arcor mit einem Marktanteil von 60,3 % beherrscht. Die repräsentativsten Unternehmen auf dem Markt sind Mondelez, L'Heritier, Ferrero und La Dolce.

Das Kaugummissegment macht 20 % des Verbrauchs aus, wobei drei Unternehmen 94,9 % des Marktes beherrschen: Mondelez mit einem Marktanteil von 50,9 %, Arcor mit 43,7 % und L'Heritier mit 0,3 %.

4.2 Überblick über die lokale Produktion

In Anbetracht der führenden Unternehmen auf dem Markt wurden 40 Produktionseinheiten identifiziert, von denen 52,5 % der Arcor-Gruppe gehören. Die Provinzen mit der höchsten Konzentration befinden sich im mittleren Osten des Landes, insbesondere in der Provinz Córdoba (6 Fabriken) und in der Provinz Buenos Aires (15 Fabriken).

4. Die Süßwarenindustrie

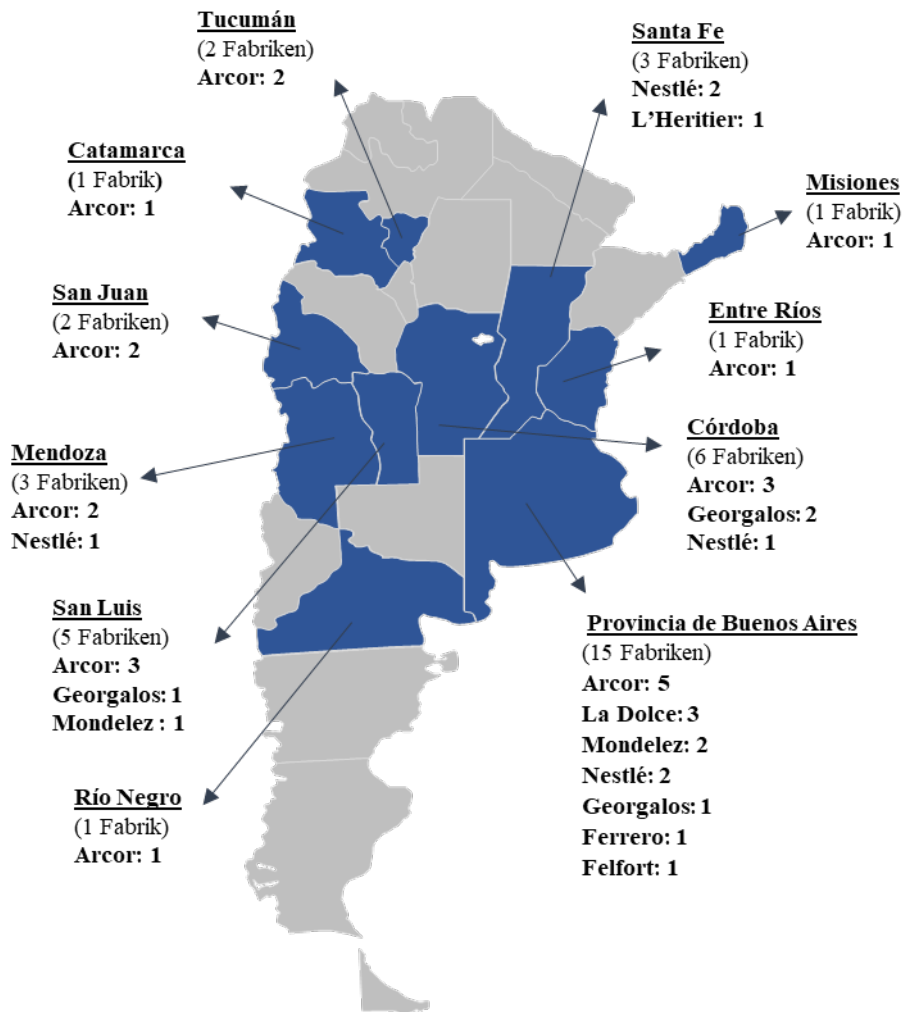


Abbildung 10: Standorte der wichtigsten Süßwarenhersteller in Argentinien

Quelle: eigene Darstellung

4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 betrug der Verbrauch von Süßwaren 120 Tsd. t und 989 Mio. USD, was einer Wertsteigerung um 37,4 % gegenüber 2018 und einem Mengenrückgang von 10,5 % entspricht.

4. Die Süßwarenindustrie

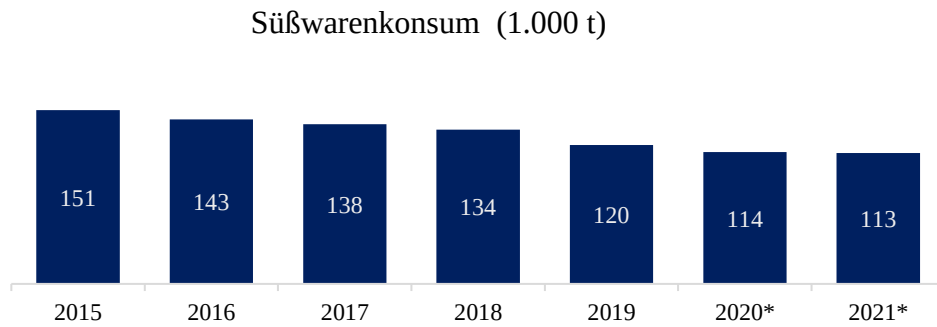


Abbildung 11: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

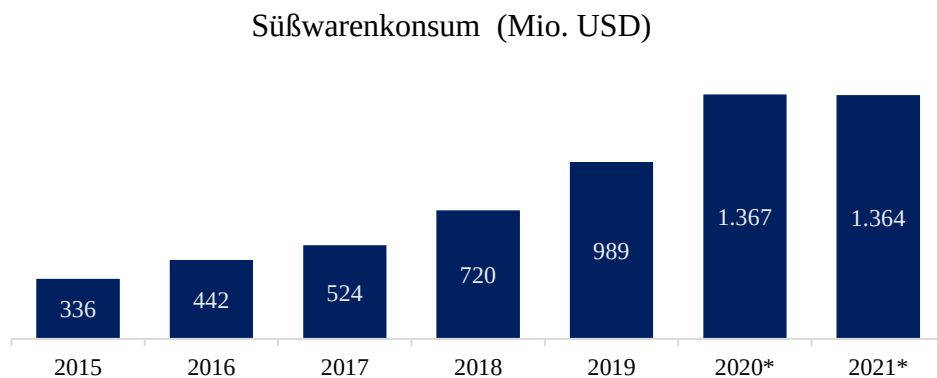


Abbildung 12: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

Tabelle 4: Konsum von Süßwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD)

Jahr	Schokolade		Zuckerwaren		Kaugummi	
	Tsd. t	Mio. USD	Tsd. t	Mio. USD	Tsd. t	Mio. USD
2015	41,1	139,6	92,7	125,9	16,8	70,9
2016	39,1	184,7	88,0	163,6	15,6	93,8
2017	37,9	214,0	85,1	195,7	15,4	114,0
2018	37,4	290,0	81,5	269,6	14,8	160,3
2019	33,9	409,8	74,2	377,3	12,2	201,7
2020*	32,8	573,9	69,9	516,4	11,5	276,5
2021*	32,9	576,5	69,2	512,1	11,3	274,9

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

Im Jahr 2019 machten Schokolade 41,4 % des Gesamtverbrauchs an Süßwaren aus, während zuckerhaltige Produkte 38,2 % und Kaugummis 20,4 % ausmachten. Es wird erwartet, dass bis 2021 der gleiche Anteil für die alle drei Kategorien beibehalten wird.

4. Die Süßwarenindustrie

Anteil konsumierter Süßwaren (2019)

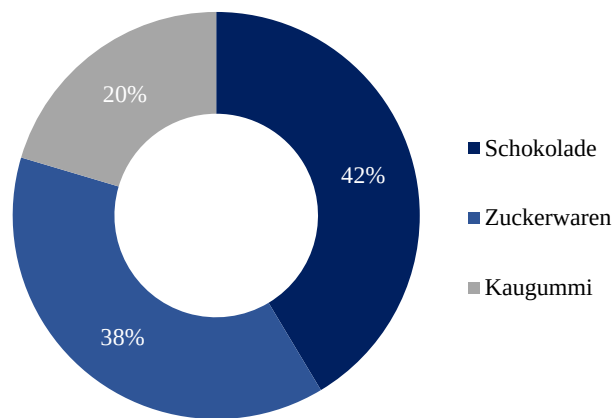


Abbildung 13: Anteil konsumierter Süßwaren (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

Während des Zeitraums von 2015 bis 2020 stiegen die Durchschnittspreise für das Kaugummi-segment um 469 %, für zuckerhaltige Produkte um 444 % und für Schokolade um 415 %.

Es wird geschätzt, dass bis 2021 die Preise für Schokoladen und Zuckerwaren pro Tonne steigen werden, inzwischen soll der Preis pro Tonne Kaugummi allerdings sinken.

Tabelle 5: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Jahr	Schokoladen	Zuckerwaren	Kaugummi
2015	3.396	1.358	4.223
2016	4.724	1.859	6.015
2017	5.645	2.300	7.401
2018	7.754	3.309	10.832
2019	12.088	5.085	16.532
2020*	17.497	7.388	24.039

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

4. Die Süßwarenindustrie

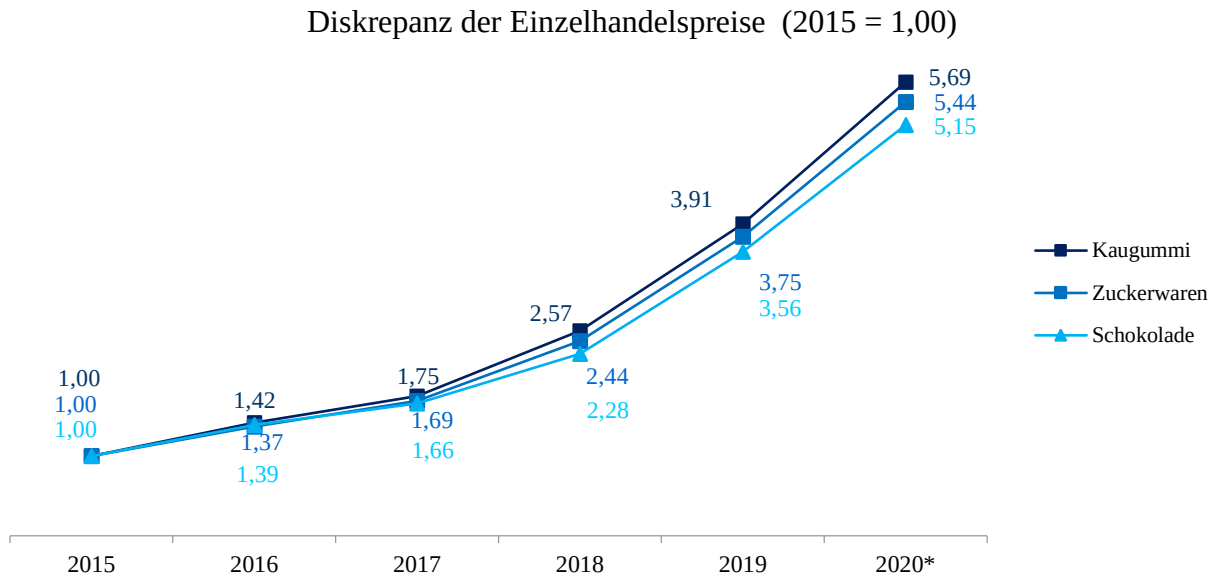


Abbildung 14: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

4.3.1 Schokoladenwaren

Über 50 % des Schokoladenkonsums konzentriert sich auf zwei Unterkategorien: Tafelschokoladen und verschiedene Schokoladen in Schachteln. Bis zum Jahr 2020 wird geschätzt, dass der Anteil der Tafelschokolade auf 34,9 % und der sortierten Schokoladen in Schachteln auf 21,9 % steigen wird.

Tabelle 6: Segmentierung des Schokoladenverbrauchs (2019)

Kategorie	%
Tafelschokoladen	33,9
verschiedene Schokoladen in Schachteln	22,2
Saisonale Schokoladen	14,0
Schokoladenriegel (Countline)	11,4
Schokoladen in Tüten	10,6
Schokoladen mit Spielzeug	7,9
Weitere Schokoprodukte	–
Total	100

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade in Argentinien, www.euromonitor.com

Im Jahr 2019 wurde die Hälfte der Schokolade in Argentinien von gemischten Lebensmitteleinzelhändlern (in dieser Studie als Einzelhändler oder Supermarkt bezeichnet) verkauft. Aufgrund der Auswirkungen der globalen Pandemie wird geschätzt, dass dieser

4. Die Süßwarenindustrie

Anteil 2020 um 9 % sinken wird. Aus dem gleichen Grund wird erwartet, dass der E-Commerce-Umsatz im selben Jahr 2,6 % ausmachen wird, was einen Anstieg von 117 % gegenüber 2019 bedeutet.

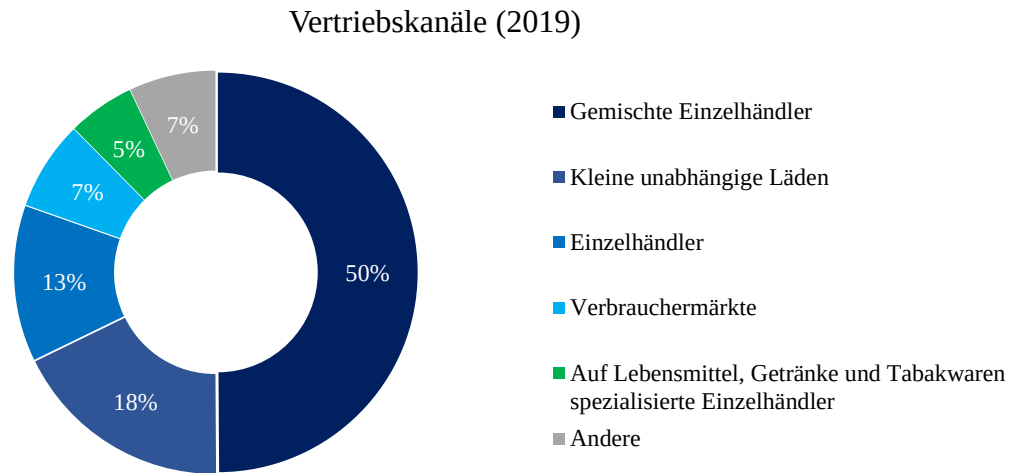


Abbildung 15: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade in Argentinien, www.euromonitor.com

4. Die Süßwarenindustrie

Tabelle 7: Verkaufspreise unterschiedlicher Schokoladensorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Bon o Bon 270 g	Arcor	Carrefour	3,92
			Jumbo	3,81
			Hiperlibertad	4,13
	Cofler 110 g	Arcor	Carrefour	1,53
			Jumbo	1,51
			Hiperlibertad	1,40
	Rocklets 55 g	Arcor	Carrefour	1,14
			Jumbo	1,13
			Hiperlibertad	1,13
	Kinder Sorpresa 20 g	Ferrero	Carrefour	1,47
			Jumbo	–
			Hiperlibertad	1,47
	Milka 29 g	Mondelez	Carrefour	0,86
			Jumbo	0,66
			Hiperlibertad	–
	Arcor 25 g	Arcor	Carrefour	0,46
			Jumbo	0,49
			Hiperlibertad	0,47

Quelle: eigene Darstellung

4.3.2 Zuckerwaren

Pastillen, Gelees und Bonbons machen 36 % des argentinischen Verbrauchs an Zuckerprodukten aus. Dieser Anteil soll bis Ende 2020 noch um 1 % steigen. An zweiter

4. Die Süßwarenindustrie

Stelle stehen Hartbonbons bzw. harte Süßigkeiten mit 19,1 %, gefolgt von gesundheitsfördernden Zuckerwaren mit 14,8 %.

Tabelle 8: Segmentierung des Zuckerwarenverbrauchs (2019)

Produkt	%
Pastillen, Gelees und Bonbons	36,0
harte Süßigkeiten (Boiled Sweets)	19,1
gesundheitsfördernde Zuckerwaren	14,8
Minzeprodukte	7,6
Lutscher	7,3
Karamellbonbons und Nugats	6,8
Andere	8,4
Total	100

Quelle: Euromonitor (2020) – Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

Die gemischten Einzelhändler, machen 81 % des Umsatzes mit zuckerhaltigen Produkten aus. Es wird erwartet, dass diese Kategorie bis 2020 einen Rückgang von 3,6 % aufweisen wird. An zweiter Stelle konzentrieren Supermärkte 6 % des Umsatzes auf sich, gefolgt von auf Lebensmittel, Getränke und Tabakwaren spezialisierten Einzelhändlern mit 5 %.

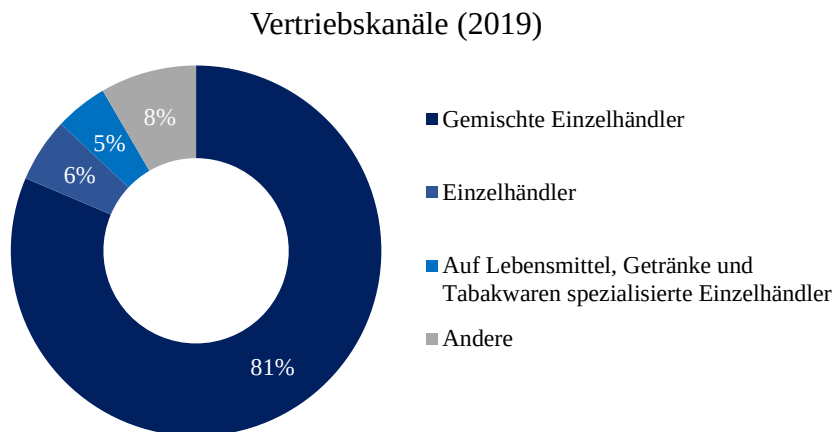


Abbildung 16: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

4. Die Süßwarenindustrie

Tabelle 9: Verkaufspreise unterschiedlicher Zuckerwarensorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Arcor 150 g	Arcor	Carrefour	1,31
			Jumbo	1,29
			Hiperlibertad	1,37
	Menthoplus 27,2 g	Arcor	Carrefour	0,45
			Jumbo	0,44
			Hiperlibertad	0,44
	Mogul 250 g	Arcor	Carrefour	1,48
			Jumbo	1,50
			Hiperlibertad	1,50
	Halls 25 g	Mondelez	Carrefour	0,40
			Jumbo	–
			Hiperlibertad	0,44
	Sugus 50 g	Arcor	Carrefour	0,69
			Jumbo	0,66
			Hiperlibertad	0,69
	Pico Dulce 150 g	L'Heritier	Carrefour	1,09
			Jumbo	1,48
			Hiperlibertad	–

Quelle: eigene Darstellung

4. Die Süßwarenindustrie

4.3.3 Kaugummiwaren

2019 machten die Gemischtwarengeschäfte – hauptsächlich Kioske – 89 % des Marktumsatzes aus. Die Covid-19-Pandemie, die Währungsabwertung und die Preiserhöhungen machen es den Kioskbetreibern allerdings weiterhin schwer. Zwischen 2015 und 2019 haben rund 28 % aller Kioskbetreiber ihre Geschäftstätigkeit beendet.

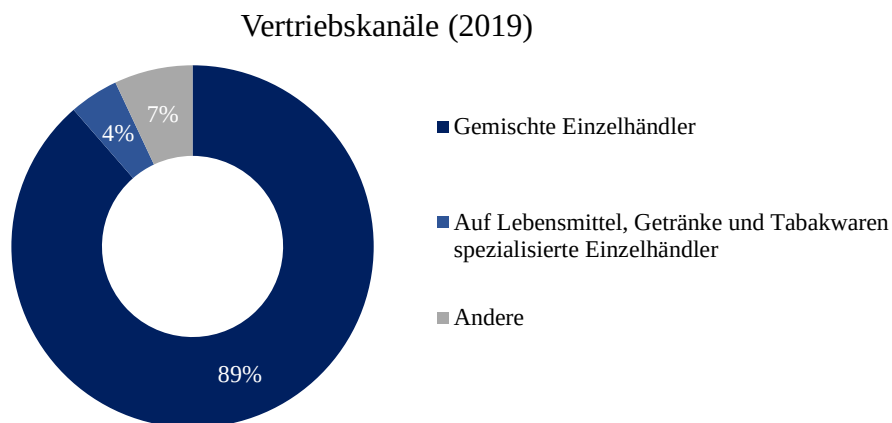


Abbildung 17 Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Kaugummi in Argentinien, www.euromonitor.com

Tabelle 10: Verkaufspreise unterschiedlicher Kaugummisorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Beldent 10 g	Mondelez	Carrefour	0,42
			Jumbo	0,48
			Hiperlibertad	0,48
	Top Line 14,7 g	Arcor	Carrefour	0,53
			Coto	0,54
			Hiperlibertad	0,53
	Bazooka 15 g	Mondelez	La Anónima	0,24
			Coto	0,22
			Jevi	0,21

4. Die Süßwarenindustrie

	Flics 176,4 g	Arcor	Arcor en casa	5,26
	Bubbaloo 5,1 g	Mondelez	Alkiosko	0,06
			Jevi	0,07

Quelle: eigene Darstellung

4.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die Schokoladenimporte auf 43,2 Mio. USD, dies waren 28 % weniger als 2018. Da die Exporte im selben Jahr einen Wert von 92,8 Mio. USD verzeichneten, erreichte das Land einen Überschuss in der Handelsbilanz von 49,6 Mio. USD.

Bei Zuckerwaren beliefen sich die Importe im Jahr 2019 auf 20,6 Mio. USD und die Exporte auf 38,6 Mio. USD, was einem Überschuss von 18 Mio. USD entspricht.

Tabelle 11: Importe/Exporte: i) Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen (HS-Code 1806) und ii) Zuckerwaren ohne Kakaogehalt, einschl. weiße Schokolade (HS-Code 1704)

Jahr	Schokoladen (HS-Code 1806)		Zuckerwaren (HS-Code 1704)	
	Importe	Exporte	Importe	Exporte
2015	41.650	126.307	21.755	48.932
2016	50.664	90.215	25.057	44.371
2017	49.322	100.420	32.487	45.454
2018	60.315	113.143	29.753	41.437
2019	43.237	92.780	20.628	38.568

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Deutschland belegt 2019 als repräsentativstes europäisches Land im Ranking der größten Schokoladenexporteure nach Argentinien mit 2,1 Mio. USD den dritten Platz. Brasilien liegt mit 63 % an erster Stelle und Ecuador mit 8 % an zweiter Stelle.

4. Die Süßwarenindustrie

Herkunft der Schokoladenimporte nach Argentinien (2019)

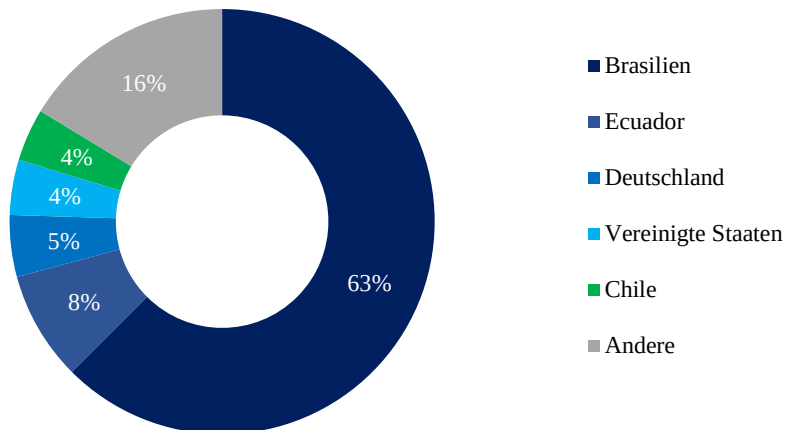


Abbildung 18: Herkunft der Schokoladenimporte nach Argentinien – HS-Code 1806 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Im Jahr 2019 war Brasilien mit 51 % der Exporte der größte Exporteur von Zuckerwaren für den argentinischen Markt, was 10,4 Mio. USD entspricht, gefolgt von Mexiko und Ecuador mit jeweils ca. 3 Mio. USD.

Herkunft der Zuckerwarenimporte nach Argentinien (2019)

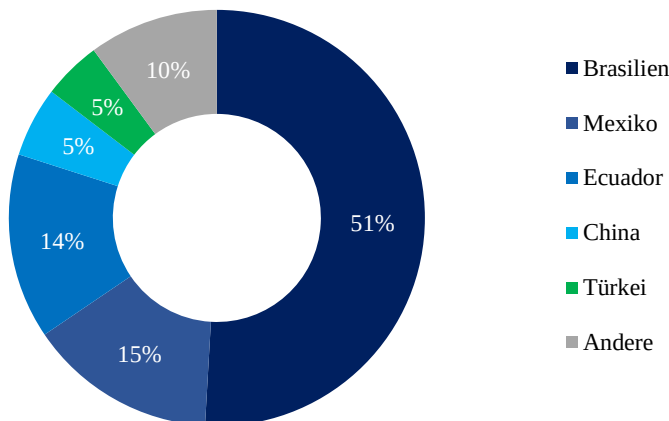


Abbildung 19: Herkunft der Zuckerwarenimporte nach Argentinien– HS-Code 1704 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Die Hälfte der argentinischen Schokoladenexporte ist für zwei Länder bestimmt, wobei Brasilien mit 42 % der gesamten argentinischen Exporte und einem Umsatz von 38,9 Mio. USD der Hauptmarkt ist und Australien mit 9 % der Schokoladenexporte mit einem Umsatz von 8,5 Mio. USD die zweite Stelle belegt.

4. Die Süßwarenindustrie

Zielorte der Schokoladenexporte aus Argentinien (2019)

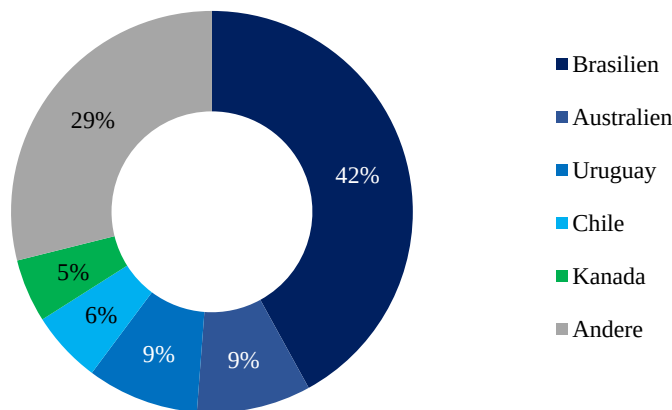


Abbildung 20: Zielorte der Schokoladenexporte aus Argentinien – HS-Code 1806 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Chile ist mit 9 Mio. USD der größte Importeur argentinischer Zuckerwaren. Die Vereinigten Staaten und Paraguay liegen mit 6,9 Mio. USD bzw. 4,4 Mio. USD an zweiter und dritter Stelle.

Zielorte der Zuckerwarenexporte aus Argentinien (2019)

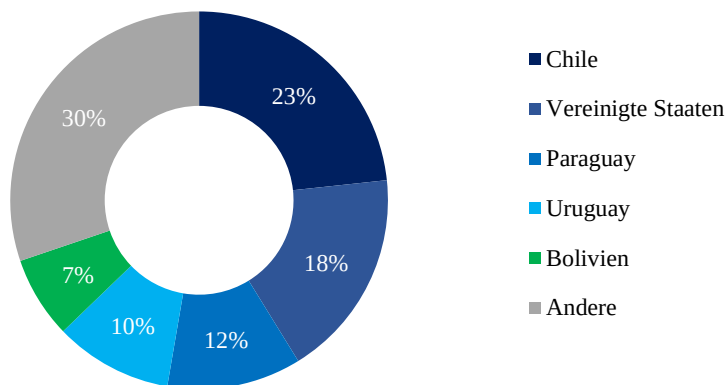


Abbildung 21: Zielorte der Zuckerwarenexporte aus Argentinien – HS-Code 1704 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

4.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Schokoladensegment konzentrieren vier Unternehmen 81,4 % des Marktes auf sich: Arcor, Mondelez, Ferrero und Nestlé. Arcor ist Marktführer mit 52 %; auch im Segment der gezuckerten Produkte ist das Unternehmen führend und beherrscht 60,3 % des Marktes.

Im Kaugummisegment liegt Arcor mit 43,7 % an zweiter Stelle nach Mondelez, das 50,9 % repräsentiert; beide Unternehmen beherrschen etwa 95 % des gesamten Kaugummimarktes.

4. Die Süßwarenindustrie

Tabelle 12: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Schokoladen		Zuckerwaren		Kaugummi	
Unternehmen	%	Unternehmen	%	Unternehmen	%
Arcor	52,0	Arcor	60,3	Mondelez	50,9
Mondelez	13,3	Mondelez	10,9	Arcor	43,7
Ferrero	10,3	L'Heritier	6,0	L'Heritier	0,3
Nestlé	5,8	Ferrero	4,2	–	–
La Delicia Felipe Fort (Felfort)	4,2	La Dolce	2,5	–	–
Andere	14,4	Andere	16,1	Andere	5,1

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi in Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

Tabelle 13: Marktanteil nach Marken (2019)

Schokoladen		Zuckerwaren		Kaugummi	
Marke (Unternehmen)	%	Marke (Unternehmen)	%	Marke (Unternehmen)	%
Bon o Bon (Arcor)	14,1	Arcor (Arcor)	8,6	Beldent (Mondelez)	40,1
Cofler (Arcor)	13,2	Menthoplus (Arcor)	7,5	Top Line (Arcor)	27,9
Rocklets (Arcor)	8,7	Mogul (Arcor)	6,3	Bazooka (Mondelez)	7,2
Kinder Sorpresa (Ferrero)	6,4	Halls (Mondelez)	5,8	Flics (Arcor)	5,5
Milka (Mondelez)	6,0	Sugus (Arcor)	4,5	Poosh! (Arcor)	4,5
Andere	51,6	Andere	67,3	Andere	14,8

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi in Zuckerwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

4.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

4.6.1 Arcor



- Website: www.arcor.com/ar/

4. Die Süßwarenindustrie

- 21 Produktionsstätten: (5) Buenos Aires, (3) San Luis, (3) Cordoba, (2) Mendoza, (2) San Juan, (2) Tucumán, (1) Río Negro, (1) Catamarca, (1) Misiones, (1) Entre Ríos.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Karamellbonbons Lutscher, Pastillen, Tafel-Schokoladen, Schokoladenriegel, saisonale Schokoladen u. a.
- Marken: Bon o Bon, Cofler, Rocklets, Arcor, Tofi. Tortuguita, Menthoplus, Mogul, Sugus, 7Belo, Bib Big, Topline, Big Time, Flics, Poosh! u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kaugummis, Schoko- und Zuckerwaren):
528,8 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokoladen 52 %, Zuckerwaren 60.3 %, Kaugummis 43,7 %



4.6.2 Mondelez



- Website: <https://ar.mondelezinternational.com/>
- 3 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (1) San Luis
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafel-Schokoladen, Schokoladenriegel, Schokoladen in Tüten, Karamellbonbons, harte Süßigkeiten, Kaugummis, Minzprodukte u. a.
- Marken: Milka, Rhodesia, Cadbury, Shot, Toblerone, Mantecol, Halls, Lenguetazo, Beldent, Bazooka, Bubbaloo u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kaugummis, Schoko- und Zuckerwaren):
198,3 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokoladen 13,3 %, Zuckerwaren 10,9 %, Kaugummis 50,9 %



4. Die Süßwarenindustrie

4.6.3 Ferrero

FERRERO

- Website: www.ferrero.com.ar/
- 1 Produktionsstätte: (1) Buenos Aires
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Schokoladen mit Spielzeug, Schokoladenriegel, Minzprodukte, weitere Schokoladenerzeugnisse
- Marken: Nutella, Kinder, Ferrero Rocher, Ferrero Rondnoir Raffaello, Tic Tac
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Schoko-und Zuckerwaren) 58 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokoladen 10,3 %, Zuckerwaren 4,2 %



4.6.4 Nestlé



- Website: www.nestle.com.ar/
- 6 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (2) Santa Fe, (1) Mendoza, (1) Cordoba
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafel-Schokoladen, Schokoladenriegel, verschiedene Schokoladen in Schachteln, saisonale Schokoladen u. a.
- Marken: KitKat, Suflair, Nestlé Classic, Crunch, Garoto Bombones, Batón, After Eight
- Einzelhandelsverkäufe 2019: 23,8 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokoladen 5,8 %



4. Die Süßwarenindustrie

4.6.5 La Delicia Felipe Fort (Felfort)



- Website: www.felfort.com.ar/
- 1 Produktionsstätte: (1) Buenos Aires
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafel-Schokoladen, Schokoladenriegel, verschiedene Schokoladen in Schachteln u. a.
- Marken: Marroc, Dos Corazones, Felfort, Jacky Bijou, Bananina, Barrita, Chupelatin, Clásico, Diabfort, Jackelin, Licofort, Licoritas u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019: 17,2 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokoladen 4,2 %



4.6.6 L'Heritier



- Webseite: www.lheritier.com.ar/es/
- 1 Produktionsstätte: (1) Santa Fe
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Lutscher, harte Süßigkeiten, Bonbons und Kaugummi
- Marken: L'Heritier, Pico Dulce, Pelotitas, Chupetónico, Plop! Pico Dulce u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019: 23,2 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Zuckerwaren 6 %, Kaugummi 0,3 %



4. Die Süßwarenindustrie

4.6.7 La Dolce



- Website: www.ladolce.com.ar/
- 3 Produktionsstätten: Buenos Aires (3)
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Karamellbonbons, harte Süßigkeiten, Minzprodukte, Kaugummis, Lutscher, Pastillen u. a.
- Marken: Billiken, DRF, La Yalpa, Vauquita, Multimint, Mentitas, Lacasa u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019: 9,4 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Zuckerwaren 2,5 %



4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

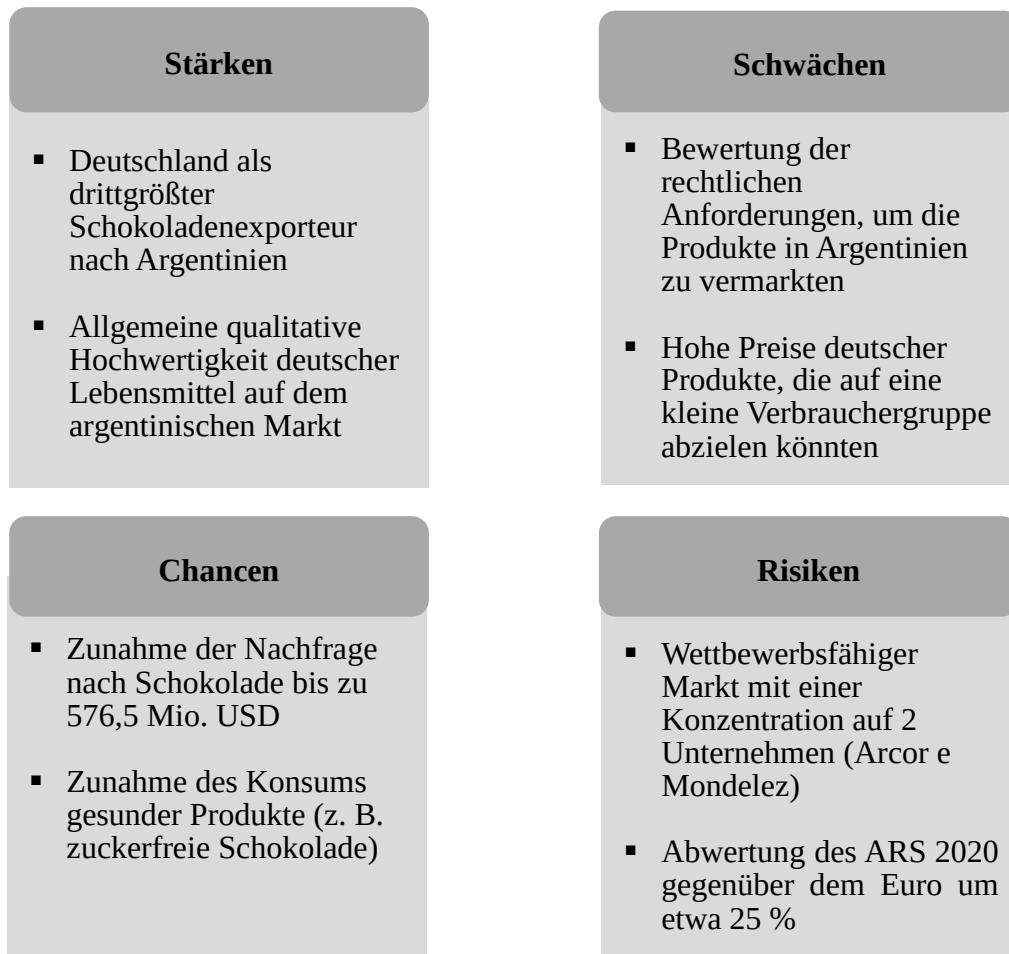


Abbildung 22: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Im Jahr 2019 war Deutschland der drittgrößte Exporteur von Schokolade nach Argentinien, da es sich um ein Produkt handelt, das im Land bekannt ist und vom argentinischen Verbraucher als hochwertig angesehen wird.

Die Wirtschaftskrise, in der sich das Land befindet, und die Abwertung seiner Währung im Zeitraum Januar bis September 2020 gegenüber dem Euro um 25 % machen das Importprodukt in einem Markt, der vor allem auf zwei Produzenten konzentriert ist, weniger wettbewerbsfähig.

Um deutsche Süßwaren in den argentinischen Markt einzuführen, wird vorgeschlagen, Geschäftspartnerschaften mit lokalen Akteuren einzugehen, die in diesem Sektor konsolidiert sind und Erfahrung im Import europäischer Produkte haben. Diese Partner werden auch dafür

4. Die Süßwarenindustrie

verantwortlich sein, notwendige Anpassungen auf Etiketten und Verpackungen anzugeben sowie die besten Marketingstrategien und Vertriebskanäle aufzuzeigen.

5. Die Knabberartikelindustrie

5.1 Kurze Einführung in den Markt

Der argentinische Knabberartikelmarkt beinhaltet folgenden Produkte:

- salzige Snacks
- salzige Kekse
- Erd- und Edelnüsse, Samen, Studentenfutter, Nussmischungen
- Popcorn

Im Jahr 2019 betrug der Verbrauch des argentinischen Knabberartikelmarktes 672 Mio. USD. Für den Zeitraum 2015 bis 2019 lag die CAGR bei 30,7 %.

Für das Jahr 2020 wird für dieses Segment ein Wachstum von 46 % erwartet und trotz der Covid-19-Pandemie könnte das Wachstum einen Konsumwert von 983 Mio. USD erreichen.

Die Unterkategorie der salzigen Kekse macht 59,1 % des Gesamtmarktes aus. Den größten Marktanteil haben die Unternehmen Bagley, PepsiCo und Mondelez mit einem gemeinsamen Anteil von 71,8 %.

Hinsichtlich des Wachstums in den kommenden Jahren wird unter Berücksichtigung des Zeitraums 2020 bis 2025 eine CAGR von 1,2 % erwartet.

5.2 Überblick über die lokale Produktion

Die argentinische Knabberartikelproduktion findet in verschiedenen Provinzen des Landes statt. Unter Berücksichtigung der Produktionsstätten der führenden Unternehmen dieser Branche wurden 38 Einheiten identifiziert. Die meisten Produktionseinheiten befinden sich in der Provinz Buenos Aires (16), gefolgt von den Provinzen Cordoba und San Luis mit jeweils fünf Einheiten.

5. Die Knabberartikelindustrie

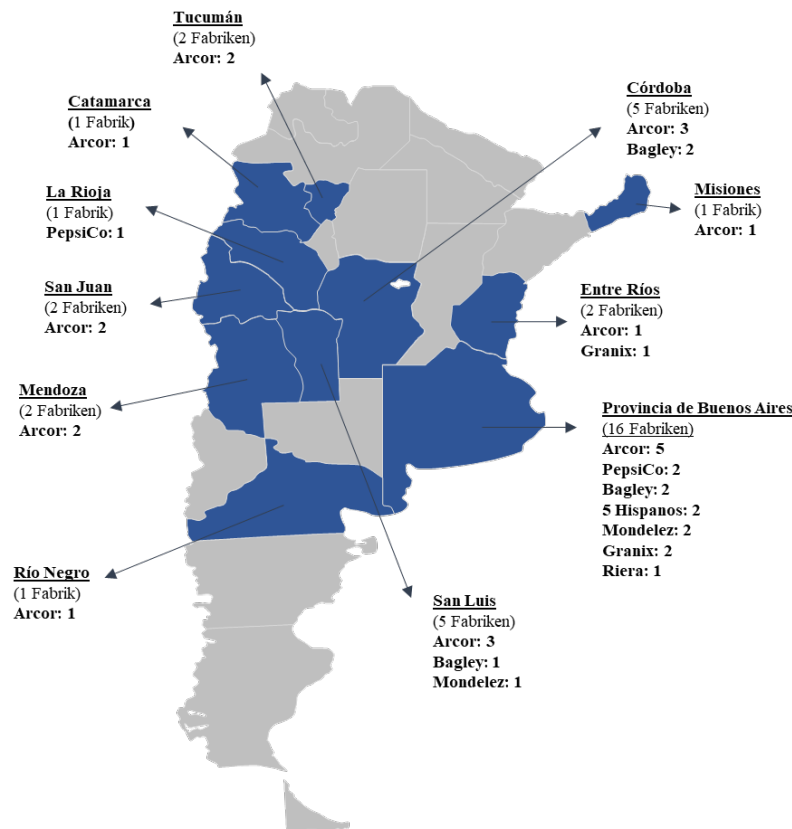


Abbildung 23: Standorte der wichtigsten Knabberartikelhersteller in Argentinien

Quelle: eigene Darstellung

5.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 wurden in Argentinien 193 Tsd. t Knabberprodukte konsumiert, was einem Rückgang um 6,8 % im Vergleich zu 2018 entspricht.

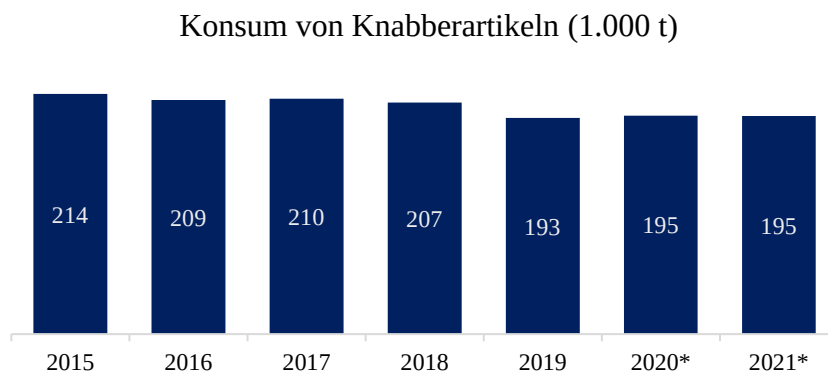


Abbildung 24: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Argentinien, www.euromonitor.com

5. Die Knabberartikelindustrie

Im Jahr 2019 wurden wertmäßig 672 Mio. USD verbraucht, was einem Anstieg um 39 % gegenüber 2018 entspricht. Es wird geschätzt, dass dieser Wert 2020 um 46 % gegenüber 2019 wachsen wird.

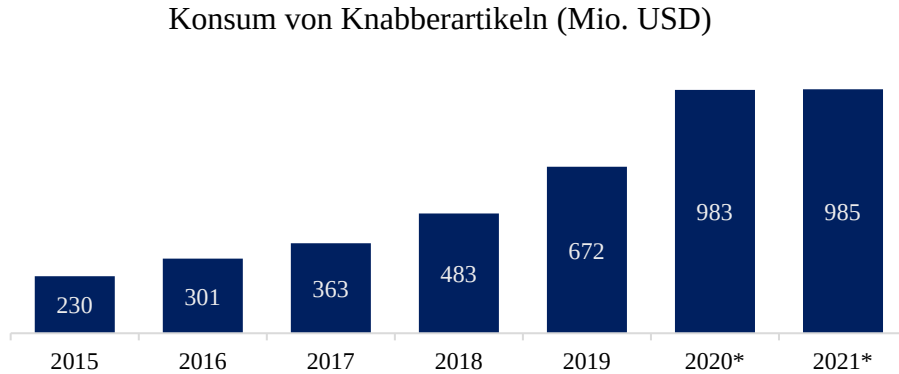


Abbildung 25: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Argentinien, www.euromonitor.com

Salzige Kekse sind mit 59,1 % des gesamten Knabberartikelverbrauchs Marktführer. Für 2020 wird für diese Kategorie ein erheblicher Anstieg des konsumierten Wertes von 49 % erwartet.

An zweiter Stelle stehen salzige Snacks mit 32,2 % und an dritter Stelle Nüsse/Samen und Mischungen.

Tabelle 14: Segmentierung des Knabberartikelkonsums (2019)

Kategorie	%
salzige Kekse	59,1
salzige Snacks	32,2
Nüsse und Nussmischungen	4,0
Popcorn	1,3
Andere	3,4
Total	100

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Argentinien, www.euromonitor.com

Seit 2015 ist der Verkaufspreis pro t stetig gestiegen. Bis 2019 betrug der Preis pro t 3,5 Tsd. USD. Es wird geschätzt, dass der Durchschnittspreis bis 2020 um 44,7 % steigen wird.

5. Die Knabberartikelindustrie

Tabelle 15: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Jahr	Durchschnittspreis (USD/t)
2015	1.071,3
2016	1.442,0
2017	1.728,7
2018	2.340,5
2019	3.483,0
2020*	5.039,6

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Argentinien: www.euromonitor.com

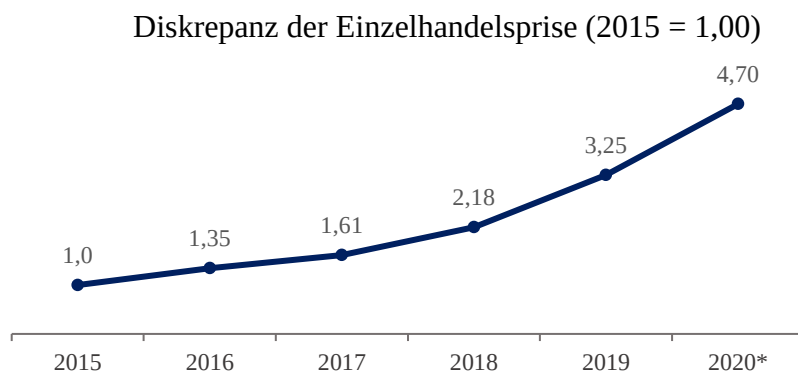


Abbildung 26: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Argentinien: www.euromonitor.com

Von den gesamten Knabberartikelverkäufen im Jahr 2019 entfielen 65 % auf drei Kanäle, nämlich diese Verbrauchermärkte/Hypermärkte (24 %), kleine unabhängige Geschäfte (23 %) und Einzelhändler (18 %).

Für 2020 wird geschätzt, dass Hypermärkte und Supermärkte ein Wachstum von 1,6 % bzw. 1,7 % aufweisen, während für kleine unabhängige Geschäfte ein Rückgang um 1,3 % gegenüber 2019 erwartet wird.

Aufgrund des Covid-19 wird erwartet, dass der Anteil des E-Commerce von 1 % im Jahr 2019 um 50 % auf 1,5 % im Jahr 2020 steigen wird.

5. Die Knabberartikelindustrie

Vertriebskanäle (2019)

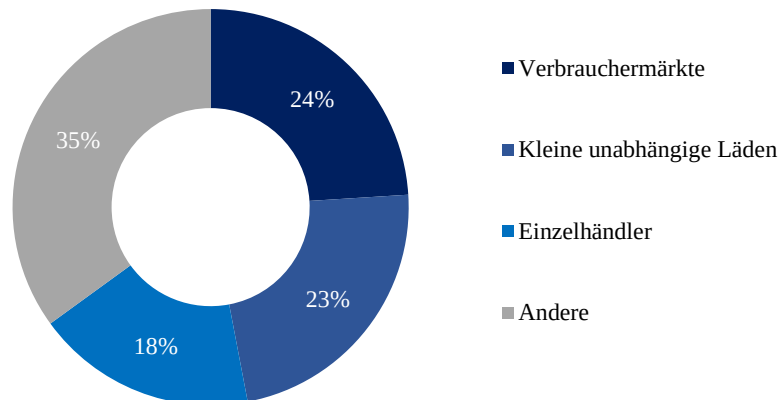


Abbildung 27: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Argentinien, www.euromonitor.com

Tabelle 16: Verkaufspreise unterschiedlicher Knabberartikelsorten

Bild	Produkte	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Pehuamar 90 g	PepsiCo	Jumbo	0,93
			Carrefour	0,93
			Walmart	–
	Lay's 150 g	PepsiCo	Jumbo	1,88
			Carrefour	–
			Walmart	1,31
	Traviata 505 g	Bagley	Jumbo	1,73
			Carrefour	1,55
			Walmart	1,50
	Criollitas 100 g	Bagley	Jumbo	1,59
			Carrefour	1,49
			Walmart	1,44

5. Die Knabberartikelindustrie

	Saladix 100 g	Arcor	Jumbo	0,92
			Carrefour	0,91
			Walmart	0,91
	Krachitos 180 g	5 Hispanos	Jumbo	1,72
			Carrefour	1,53
			Walmart	–

Quelle: eigene Darstellung

5.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die Knabberartikel-Importe auf 5,4 Mio. USD, was einem Rückgang von 33,1 % gegenüber 2018 entspricht. Hinsichtlich des Exportwertes von 2,1 Mio. USD verzeichnet das Land ein Defizit in der Außenhandelsbilanz von 3,3 Mio. USD.

Tabelle 17: Importe/Exporte: Schalenfrüchte und andere Samen, einschl. Mischungen, zubereitet oder haltbar gemacht (HS-Code 200819)

	Knabberartikel (HS-Code 200819)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	7.653	2.491
2016	6.229	1.697
2017	6.550	1.170
2018	8.145	1.974
2019	5.447	2.072

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Im Jahr 2019 war Chile mit einem Wert von 3,6 Mio. USD das wichtigste Land, aus dem Argentinien Knabberartikel importierte, ein entsprechender Anteil von 65 %. An zweiter Stelle stand Brasilien mit einem Anteil von 19 % und an dritter die Vereinigten Staaten mit 13 %.

Es wurden keine Knabberartikel-Importe aus Deutschland nach Argentinien registriert.

Herkunft der Knabberartikel-Importe nach Argentinien (2019)

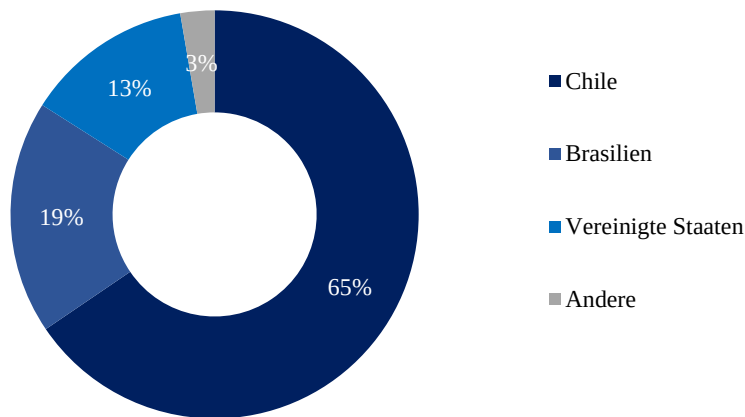


Abbildung 28: Herkunft der Knabberartikel-Importe nach Argentinien – HS-Code 200819 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Im Jahr 2019 konzentrierten drei Länder 61 % der gesamten Exporte von Knabberprodukten aus Argentinien auf sich, alle in Südamerika. Chile war mit 29 % das Hauptzielland, gefolgt von Uruguay mit 27 % und Brasilien 5 % der gesamten argentinischen Exporte.

Zielorte der Knabberartikel-Exporte aus Argentinien (2019)

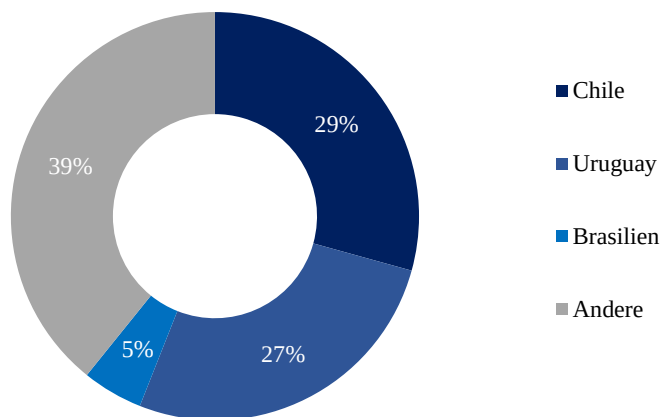


Abbildung 29: Zielorte der Knabberartikel-Exporte aus Argentinien – HS-Code 200819 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

5.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Jahr 2019 beherrschten zwei Unternehmen 56,3 % der Knabberartikelbranche in Argentinien. Marktführer war Bagley mit einem Marktanteil von 29,8 %, für den 2020 eine Zunahme um 5 % Zunahme zu erwarten ist. An zweiter Stelle steht der multinationale Konzern PepsiCo mit 26,5 % und an dritter Stelle das Unternehmen Mondelez mit 15,5 %.

5. Die Knabberartikelindustrie

Tabelle 18: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Unternehmen	%
Bagley	29,8
PepsiCo	26,5
Mondelez	15,5
5 Hispanos	4,2
Riera	3,4
Andere	20,6

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Argentinien, www.euromonitor.com

Bezüglich des Marktanteils nach Marken sind die beiden wichtigsten Pehuamar mit 7,4 % und Lay's mit 6,7 % Beide Marken gehören zum PepsiCo-Konzern. Es wird geschätzt, dass beide Marken bis 2020 einen Rückgang ihrer Beteiligung verzeichnen werden, Pehuamar und Lay sollen dann jeweils 7,1 % und 6,3 % ausmachen.

Tabelle 19: Marktanteil nach Marke (2019)

Marke (Unternehmen)	%
Pehuamar (PepsiCo)	7,4
Lay's (PepsiCo)	6,7
Saladix (Bagley)	5,5
Traviatta (Bagley)	4,9
Criollitas (Bagley)	4,4
Krachitos (5 Hispanos)	4,2
Cerealitas (Mondelez)	4,2
Andere	62,7

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Argentinien, www.euromonitor.com

5.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

5.6.1 Bagley



- Website: www.bagley.com.ar

5. Die Knabberartikelindustrie

- 5 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (2) Córdoba, (1) San Luis
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Salzige Kekse
- Marken: Salvado Bagley Traviata, Criollitas, Bagley, Saladix
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 200,3 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 29,8 %



5.6.2 PepsiCo



PEPSICO

- Website: www.pepsicoargentina.com
- 3 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires (2), (1) La Rioja
- Wichtigste Produkte der Kategorie: salzige Kekse, salzige Snacks (Kartoffelchips, Tortillachips u. a.).
- Marken: Lay's, Twistos, Doritos, Pehuamar. Bun, Cheetos
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 178,1 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 26,5 %



5.6.3 Mondelez

Mondelez
International

- Website: <https://ar.mondelezinternational.com>
- 3 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (1) San Luis
- Wichtigste Produkte der Kategorie: salzige Kekse (auch Vollkornkekse)
- Marken: Cerealitas, Club Social, Mayco
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 104,2 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 15,5 %

5. Die Knabberartikelindustrie



5.6.4 5 Hispanos



- Website: www.5hispanos.com
- 2 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires
- Wichtigste Produkte der Kategorie: salzige Snacks
- Marke: Krachitos
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 28,2 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 4,2 %



5.6.5 Riera



- Website: www.riera.com.ar/productos/
- 1 Produktionsstätte: (1) Buenos Aires
- Wichtigste Produkte der Kategorie: salzige Kekse (auch Vollkorn-, Reis und Toastkekse)
- Marke: Riera
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 22,8 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 3,4 %

5. Die Knabberartikelindustrie



5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Lieferkapazität der deutschen Industrie für die wachsende Nachfrage nach gesunden Knabberartikeln ▪ Allgemeine qualitative Hochwertigkeit deutscher Lebensmittel auf dem argentinischen Markt	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Argentinien zu vermarkten. ▪ Deutsche Knabberartikel in Argentinien nicht bekannt
Chancen	Risiken
▪ Das Segment von Nüssen, Samen und getrockneten Früchten im projizierten Zeitraum (2020 – 2025) mit der größten Wachstumsprognose ▪ Erhöhter Konsum von Knabberprodukten aus gesunden und natürlichen Zutaten	▪ 72 % Marktdominanz von 3 Unternehmen: Bagley, PepsiCo und Mondelez ▪ Abwertung des ARS 2020 gegenüber dem Euro um etwa 25 %.

Abbildung 30: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Bis 2021 soll der Verbrauch gegenüber 2020 ein Wachstum Gegenwert von 985 Mio. USD zu erreichen. Ebenso nimmt der Konsum von gesunden Lebensmitteln zu.

5. Die Knabberartikelindustrie

Deutsche Knabberartikel sind auf dem argentinischen Markt unbekannt. Somit gibt es Marktchancen für Hersteller, die innovative Produkte in Bezug auf Aromen und wenig Natrium und Kalorien anbieten.

Aufgrund der Wirtschaftskrise des Landes gewinnen Produkte in kleineren und damit wirtschaftlicheren Verpackungen an Bedeutung. PepsiCo, eines der führenden Unternehmen in dieser Branche, hat sein Portfolio aktualisiert und bietet der Öffentlichkeit diese kleineren Pakete an.

Da 72 % des Marktes auf drei Unternehmen mit Produktionsstätten in Argentinien konzentriert sind und die Währungsabwertung das importierte Produkt weniger wettbewerbsfähig macht, ist es für die deutschen KMU wichtig, die Möglichkeit zu evaluieren, Handelspartnerschaften mit lokalen Distributoren einzugehen, um die Eintrittsstrategie in das Land erfolgreich umzusetzen. Der lokale Partner ist auch dafür verantwortlich, anzugeben, welche Produkte das größte Potenzial haben, wie die Preisstrategie aussehen soll und auf welche Vertriebskanäle und Marktnischen sich deutsche Unternehmen konzentrieren müssen.

6. Die Backwarenindustrie

6.1 Kurze Einführung in den Markt

Der argentinische Backwarenmarkt beinhaltet zwei Segmente mit folgenden Produkten:

- Backprodukte
 - o Brot
 - o Kuchen
 - o Desserts
 - o Feingebäck und Tiefkühlbackwaren
- Kleingebäck
 - o Kekse (süße Kekse, Waffeln und Ähnliches)
 - o Snackriegel
 - o Fruchtsnacks

Im Jahr 2019 betrug der argentinische Verbrauch an Backwaren 3,1 Mrd. USD, was einem Wachstum von 40,6 % gegenüber 2018 entspricht. Für 2020 wird ein Wachstum von 16,6 % und für 2021 von 1,5 % erwartet, was 3,7 Mrd. USD entspricht.

Die Unterkategorie der Backprodukte macht 67 % des Marktes aus, während die Kleingebäcke 33 % ausmachen. Es wird erwartet, dass der Marktanteil von Backprodukten bis 2021 auf 58 % sinken wird.

In der süßen Kekskategorie beherrschen zwei Unternehmen 56,6 % des Marktes. An erster Stelle steht Bagley mit 41,6 %, gefolgt von Mondelez mit 15 %.

6.2 Überblick über die lokale Produktion

Von den größten Backwarenherstellern in Argentinien wurden 54 Produktionseinheiten in Betracht gezogen, die sich hauptsächlich im Zentrum des Landes befinden. Die Provinz Buenos Aires konzentriert 44,4 % dieser Einheiten auf sich. Mit sechs Einheiten ist Córdoba die Provinz in Argentinien mit der zweithöchsten Produktionsanlagenanzahl.

Die über die höchste Anzahl von Produktionsstätten verfügenden Unternehmen sind Arcor und Molinos Río de la Plata mit 21 bzw. 20 Einheiten.

6. Die Backwarenindustrie

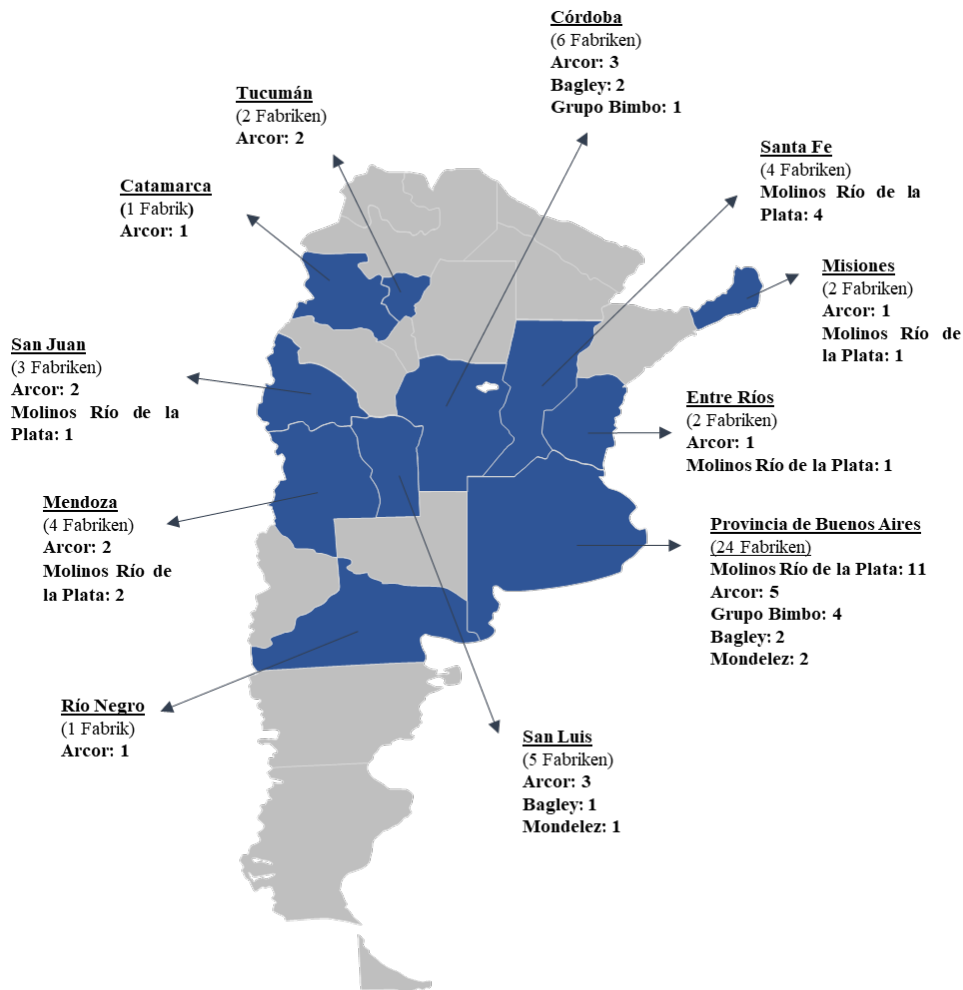


Abbildung 31: Standorte der wichtigsten Backwarenhersteller in Argentinien

Quelle: eigene Darstellung

6.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Der Verbrauch von Brot und Keksen hat im Zeitraum zwischen 2015 und 2019 um 4,4 % an Volumen verloren. Es wird erwartet, dass der Gesamtverbrauch an Backwaren in t bis 2020 um 1,4 % gegenüber 2018 weiter abnehmen wird.

6. Die Backwarenindustrie

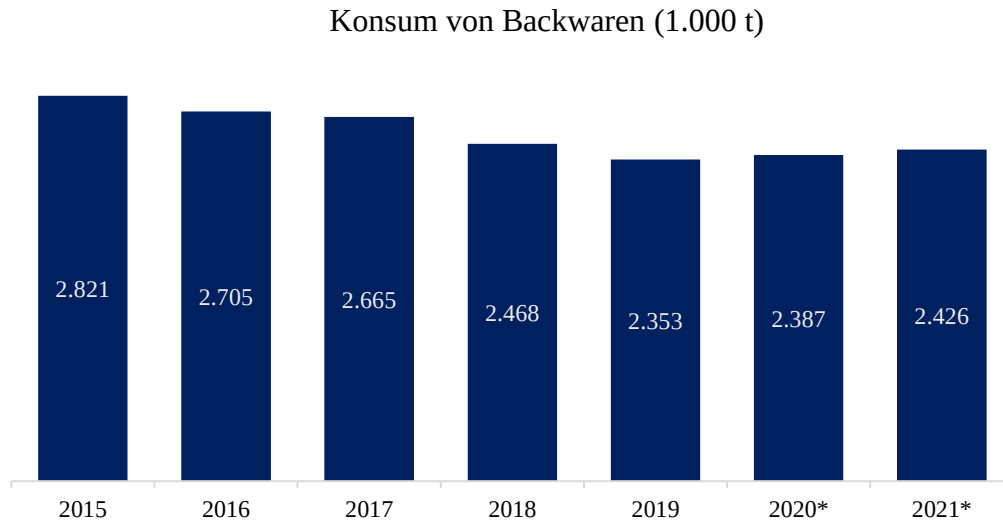


Abbildung 32: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien,
www.euromonitor.com

Der wertmäßige Verbrauch von Backwaren in Argentinien ist seit 2015 deutlich gewachsen. 2019 betrug der Verbrauch 3,1 Mio. USD. Bis 2020 wird ein Anstieg um 17 % gegenüber 2019 erwartet.

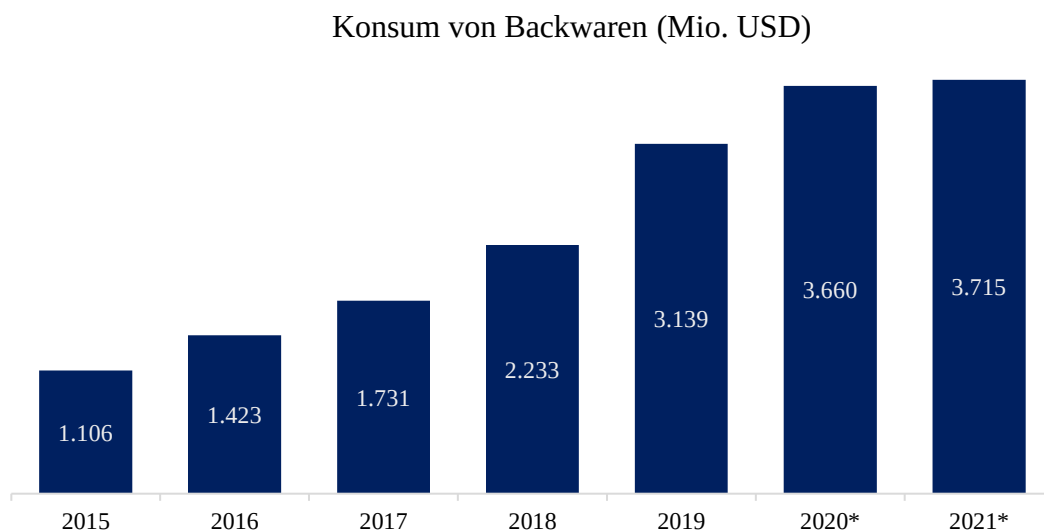


Abbildung 33: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien,
www.euromonitor.com

6. Die Backwarenindustrie

Tabelle 20: Konsum von Backwaren von 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD)

Jahr	Backprodukte		Kleingebäck	
	(Tsd. t)	(Mio. USD)	(Tsd. t)	(Mio. USD)
2015	2.436,9	788,6	383,8	317,6
2016	2.320,0	1.005,3	385,2	417,7
2017	2.285,3	1.216,9	379,4	513,9
2018	2.093,1	1.511,2	374,9	721,9
2019	1.999,7	2.090,5	353,6	1.048,8
2020*	2.032,9	2.131,1	354,3	1.528,7
2021*	2.071,9	2.179,3	354,2	1.536,1

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien,

www.euromonitor.com

Backprodukte machen 67 % des Gesamtverbrauchs des Segments aus. Es wird erwartet, dass dieser Anteil bis 2021 auf 58 % sinken wird.

Anteile am Backwarenverbrauch (2019)

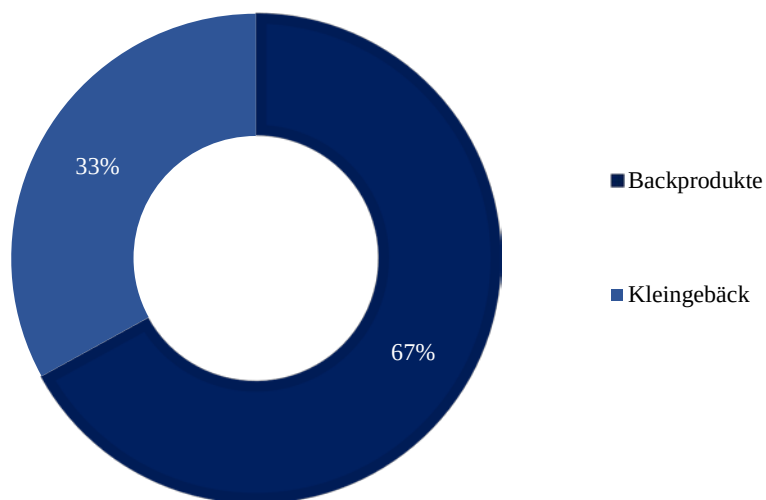


Abbildung 34: Anteile am Backwarenverbrauch (2019)

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien,

www.euromonitor.com

Für das Jahr 2020 wird ein Durchschnittspreis pro t von 1,05 Tsd. USD für Backprodukte und 4,31 USD für süße Kekse, Snacks und Obstsnacks geschätzt.

Tabelle 21: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Jahr	Backprodukte (USD/t)	Kleingebäck (USD/t)
2015	323,8	827,5
2016	433,3	1.084,4
2017	532,5	1.354,4
2018	722,0	1.925,7
2019	1.045,4	2.966,0
2020*	1.048,3	4.314,8

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien,

www.euromonitor.com

Diskrepanz der Einzelhandelspreise (2015 = 1,00)

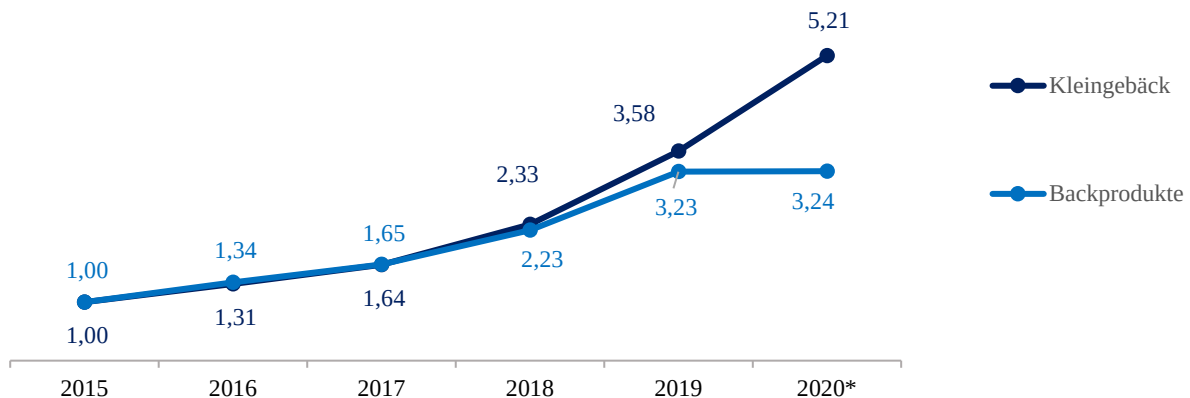


Abbildung 35: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien,

www.euromonitor.com

6.3.1 Backprodukte

Im Jahr 2019 konzentrierten Brote 51,5 % des gesamten Backprodukteverbrauchs auf sich, gefolgt von Kuchen und gemischten Desserts mit jeweils 18,7 % bzw. 5,7 %. Diese Prozentsätze werden voraussichtlich für 2020 und 2021 beibehalten.

6. Die Backwarenindustrie

Tabelle 22: Segmentierung des Backprodukteverbrauchs (2019)

Kategorie	%
Brote	51,5
Kuchen	18,7
gemischte Desserts	5,7
Andere	24,1
Total	100

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

Im Jahr 2019 wurden 20 % der Backprodukte von auf Lebensmittel, Getränke und Tabakwaren spezialisierten Einzelhändlern verkauft. Auf Supermärkte und Hypermärkte entfielen 17 % des gesamten Umsatzes.

Vertriebskanäle (2019)

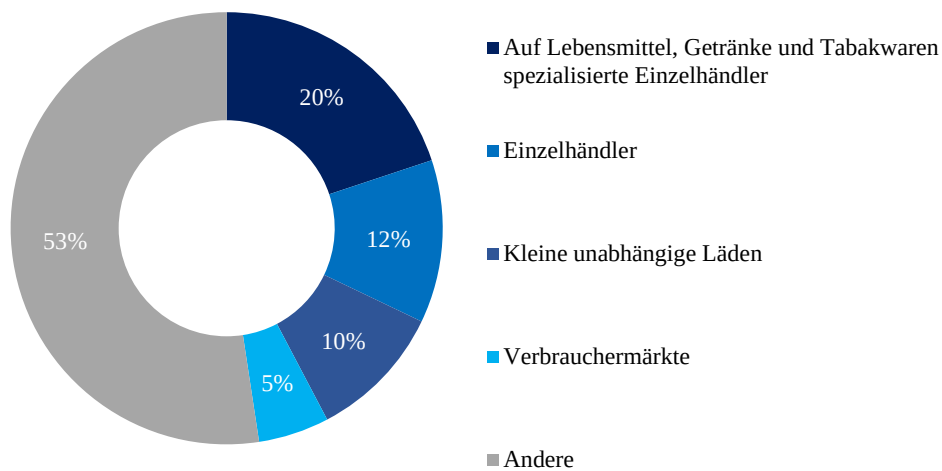


Abbildung 36: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren in Argentinien, www.euromonitor.com

6. Die Backwarenindustrie

Tabelle 23: Verkaufspreise unterschiedlicher Backproduktesorten

Bild	Produkte	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Carrefour 600 g	Carrefour	Carrefour	1,53
	Exquisita 540 g	Molinos Río de la Plata	Jumbo	1,64
			Carrefour	1,60
			Walmart	1,55
	Fargo 440 g	Grupo Bimbo	Jumbo	2,35
			Carrefour	1,85
			Walmart	–
	Fantoche 350 g	Dielo	Tú Novo	1,35
			Carrefour	1,63
			Camoga	1,91
	Coto 640 g	Coto	Coto	1,58

Quelle: eigene Darstellung

6.3.2 Kleingebäck

2019 konzentrierten sich 92,8 % des Verbrauchs dieser Kategorie auf süße Kekse, gefolgt von Snacks mit einer Konzentration von 7,2 %. Der Fruchtsnackverbrauch ist in Argentinien unbedeutend, dennoch soll der Konsum von süßen Keksen bis 2020 auf 93,3 % ansteigen.

6. Die Backwarenindustrie

Tabelle 24: Segmentierung des Konsums von süßen Keksen, Snackriegeln & Fruchtsnacks

Kategorie	%
süße Kekse	92,8
Snackriegel	7,17
Fruchtsnacks	0,03
Total	100

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien, www.euromonitor.com

Im Jahr 2019 konzentrierten die Supermärkte ein Viertel des Verkaufs von süßen Keksen und Snackriegeln auf sich. Andere Vertriebskanäle waren kleine unabhängige Geschäfte mit 20 % und Hypermärkte mit 12 %.

Vertriebskanäle (2019)

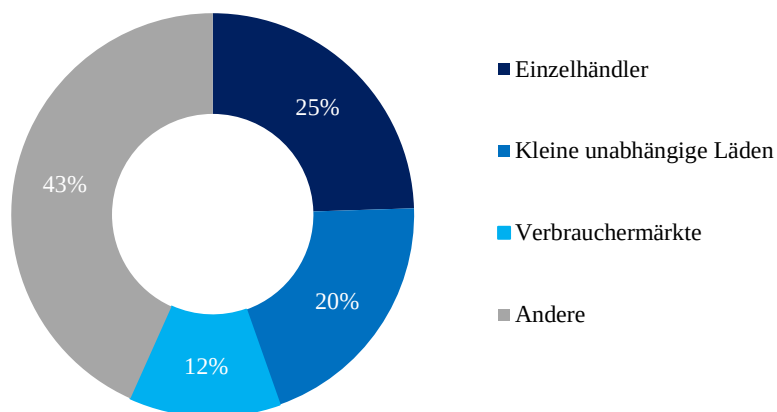


Abbildung 37: Anteile der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks, www.euromonitor.com

Tabelle 25: Verkaufspreise unterschiedlicher Kleingebäcksorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Chocolinas 250 g	Bagley	Jumbo	1,25
			Carrefour	0,93
			Walmart	1,24
	Tía Maruca 250 g	Tía Maruca	Jumbo	0,77
			Carrefour	—
			Walmart	0,77
	Oreo 117 g	Mondelez	Jumbo	0,93
			Carrefour	—
			Walmart	0,80
	Cereal Mix 115 g	Arcor SAIC	Jumbo	2,39
			Carrefour	2,45
			Walmart	2,41
	Maná 165 g	Arcor SAIC	Jumbo	0,76
			Carrefour	0,75
			Walmart	0,75

Quelle: eigene Darstellung

6.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die Importe auf 15,5 Mio. USD, was einem Rückgang um 27 % gegenüber 2018 entspricht. In Anbetracht der Tatsache, dass die Exporte einen Wert von 82,3 Mio. USD verzeichneten, erzielte die argentinische Backwarenindustrie einen Überschuss von 66,8 Mio. USD.

Tabelle 26: Importe/Exporte: Backwaren (HS-Code 1905)

Jahr	Backwaren (HS-Code 1905)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	6.240	100,437
2016	9.859	82.718
2017	18.196	85.098
2018	21.283	81.588
2019	15.539	82.295

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Brasilien war 2019 der Hauptlieferant, von dem Argentinien Backwaren im Wert von 10,7 Mio. USD importierte. Bei diesem Wert war jedoch ein Rückgang um 26 % gegenüber 2018 zu verzeichnen.

Spanien (7 %), Polen (6 %) und Belgien (3 %) waren nach Brasilien andere Hauptlieferländer von Backwaren nach Argentinien. Deutschland belegte mit einem Wert von 144 Tsd. USD an Exporten den 11. Platz.

Herkunft der Backwaren-Importe nach Argentinien (2019)

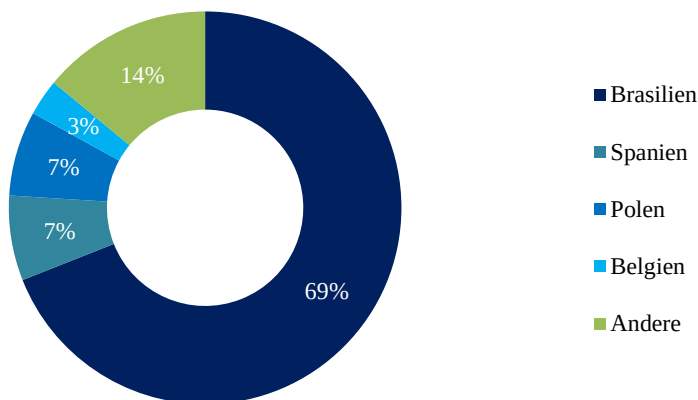


Abbildung 38: Herkunft der Backwaren-Importe nach Argentinien – HS-Code 1905 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Im Jahr 2019 exportierte Argentinien 80 % der Backwaren in südamerikanische Länder. Das wichtigste Importland war Uruguay, das 29 % der Waren mit einem Wert von 82,3 Mio. USD importierte.

Zielorte der Backwaren-Exporte aus Argentinien

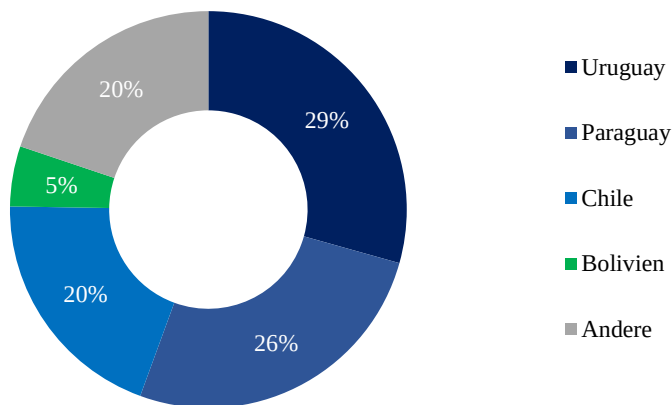


Abbildung 39: Zielorte der Backwaren-Exporte aus Argentinien – HS-Code 1905 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

6.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Backproduktesegment konzentrieren fünf Unternehmen 12,2 % des Marktes auf sich, auf dem die Nachfrage nach handwerklichen Produkten dominant ist und 87,8 % des gesamten Marktes im Jahr 2019 ausmachte. Im Kleingebäcksegment ist Bagley (Teil des Unternehmens Arcor und Danone) Marktführer mit einem Anteil von 41,6 % des Gesamtmarktes.

Tabelle 27: Marktanteile nach Unternehmen (2019)

Backprodukte		Kleingebäck	
Unternehmen	%	Unternehmen	%
Carrefour	2,9	Bagley	41,6
Molinos Río de la Plata	2,7	Mondelez	15,0
Grupo Bimbo	2,7	Arcor SAIC	4,7
Cencosud	2,5	Tía Maruca	3,4
Dielo	1,4	Jorgito	2,0
Andere, inkl. handwerkliche Backprodukte	87,8	Andere	33,3

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien,

www.euromonitor.com

Tabelle 28: Marktanteile nach Marken (2019)

Backprodukte		Kleingebäck	
Marke (Unternehmen)	%	Marke (Unternehmen)	%
Carrefour (Carrefour)	2,9	Cereal Mix (Arcor)	4,6
Fargo (Grupo Bimbo)	2,7	Maná (Bagley)	4,1
Exquisita (Molinos Río de la Plata)	2,6	Chocolinas (Bagley)	3,4
Jumbo (Cencosud)	2,5	Tía Maruca (Tía Maruca)	3,4
Fantoche (Dielo)	1,4	Oreo (Mondelez)	3,0
Coto (Coto)	1,4	Opera (Bagley)	2,8
Andere	86,5	Andere	78,7

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Argentinien,

www.euromonitor.com

6.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

6.6.1 Molinos Río de la Plata



- Website: www.molinos.com.ar
- 20 Produktionsstätten – (11) Buenos Aires, (4) Santa Fe, (2) Mendoza, (1) Misiones, (1) Entre Ríos und (1) San Juan (1)
- Wichtigste Produkte der Kategorie: geschnittenes Brot, Kuchen, Dessertmischungen
- Marken: Exquisita, Favorita, Preferido
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Backprodukte): 56,4 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 2,7 %



6. Die Backwarenindustrie

6.6.2 Carrefour



- Website: www.carrefour.com.ar
- Produktionsstätten: Handelsmarken (Private Label)
- Wichtigste Produkte der Kategorie: geschnittenes Brot, u. a.
- Marke: Carrefour
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Backprodukte): 60,6 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 2,9 %



6.6.3 Bagley



- Website: www.bagley.com.ar
- 5 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (2) Córdoba und (1) San Luis
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse (mit und ohne Füllung), Waffeln u. a.
- Marken: Maná, Diversión, Opera, Bagley, Ser, Polvorita, Formis u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kleingebäck): 436,4 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 41,6 %



6.6.4 Mondelez

- Website: www.ar.mondelezinternational.com
- 3 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (1) San Luis

6. Die Backwarenindustrie

- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse (mit und ohne Füllung) u. a.
- Marken: Oreo, Pepitos, Melba, Duquesa, Terrabusi Variedad, Lincoln u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kleingebäck): 157,4 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 15 %



6.6.5 Arcor



- Website: www.arcor.com/ar/
- 21 Produktionsstätten: (5) Buenos Aires, (3) San Luis, (3) Cordoba, (2) Mendoza, (2) San Juan, (2) Tucumán, (1) Río Negro, (1) Catamarca, (1) Misiones und (1) Entre Ríos
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Süße Kekse (mit und ohne Füllung), Waffeln u. a.
- Marken: Cereal Mix, Rumba, Chocolinas, Opera u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kleingebäck): 49,3 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 4,7 %



6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Allgemeine qualitative Hochwertigkeit deutscher Lebensmittel auf dem argentinischen Markt (insb. Vollkornbrot) ▪ 2019 Zuwachs von 3% gegenüber 2018 deutscher Backwarenexporte nach Argentinien im Wert von 144 Tsd. USD	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Argentinien zu vermarkten. ▪ Hohe Preise deutscher Produkte, die auf eine kleine Verbrauchergruppe abzielen könnten.
Chancen	Risiken
▪ Zunahmeerwartung des Backwarenkonsums bis 3,7 Mrd. USD für 2021 ▪ Erhöhung des Konsums von süßen Keksen zwischen 2019 und 2020 von 33 % bis zu 42 % der gesamten Backwarenindustrie	▪ Über 87 % des Konsums von handwerklich hergestellten Broten der gesamten Backproduktkategorie ▪ Abwertung des ARS 2020 gegenüber dem Euro um etwa 25 %.

Abbildung 40: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Der Konsum von handwerklich hergestellten Broten nimmt in Argentinien kontinuierlich zu, und es liegt im Interesse der Verbraucher, immer mehr ganzheitliche und gesündere Produkte zu kaufen.

Deutsche Backprodukte, insbesondere Brote, werden in hochwertigen Lebensmittel führenden Bäckereien angeboten, für die die Kundschaft bereit ist, höhere Preise zu zahlen.

Um sich auf dem Markt und bei den Produkten der im Land vertretenen Konkurrenten zu differenzieren, ist es notwendig, sich auf Lebensmittel mit gesunden und qualitativ hochwertigen Zutaten (wie z. B. Roggen, Vollkorn, u. a.) zu konzentrieren. Im Hinblick auf den Einfuhrprozess wird vorgeschlagen, Partnerschaften mit lokalen Distributoren einzugehen, die in diesem Sektor konsolidiert sind und Erfahrung im Import europäischer

6. Die Backwarenindustrie

Produkte haben. Sie werden auch dafür verantwortlich sein, notwendige Anpassungen auf Etiketten und Verpackungen anzugeben sowie die besten Marketingstrategien und Vertriebskanäle aufzuzeigen.

7. Die Cerealienindustrie

7.1 Kurze Einführung in den Markt

Der argentinische Cerealienmarkt beinhaltet Getreideerzeugnisse, die insbesondere als Frühstücksmüsli (Haferflocken und Granola), Frühstücksgetreide, Brei-Müsli und anderes Getreide bekannt sind:

- verzehrfertige Cerealien
- heiße Cerealien

Im Jahr 2019 betrug der Cerealienverbrauch in Argentinien rund 15,8 Tsd. t im Wert von 57,7 Mio. USD. Trotz der Covid-19-Pandemie wird für dieses Segment 2020 ein Wachstum um 2,1 % auf 58,9 Mio. USD erwartet.

2019 betrug der Einzelhandelspreis pro t Cerealien betrug 3,6 Tsd. USD. Bis Ende 2020 wird ein Wachstum von 0,3 % geschätzt.

Die führenden Cerealien-Unternehmen in Argentinien sind Alimentos Granix, Laso und Kellogg; Zusammen verfügen die drei Unternehmen über einen kombinierten Marktanteil von 62,3 %. Kellogg stellt keine Cerealien her, der multinationale Konzern importiert jedoch seine Produkte aus Chile und Brasilien.

Die Cerealienimporte beliefen sich im Jahr 2019 auf 5,5 Mio. USD und die Exporte auf 8,4 Mio. USD, was zu einem Handelsbilanzüberschuss in Argentinien von 2,9 Mio. USD führte.

7.2 Überblick über die lokale Produktion

In Anbetracht der führenden Unternehmen in der Cerealienproduktion in Argentinien wurden 33 Produktionsstätten identifiziert. Wie in den anderen Branchen konzentriert sich auch hier die Mehrheit der Einheiten mit 33,3 % Anteil auf die Provinz Buenos Aires.

Die Unternehmen mit der größten Anzahl von Einheiten sind Arcor und Nestlé mit 21 bzw. sechs Produktionseinheiten.

7. Die Cerealienindustrie

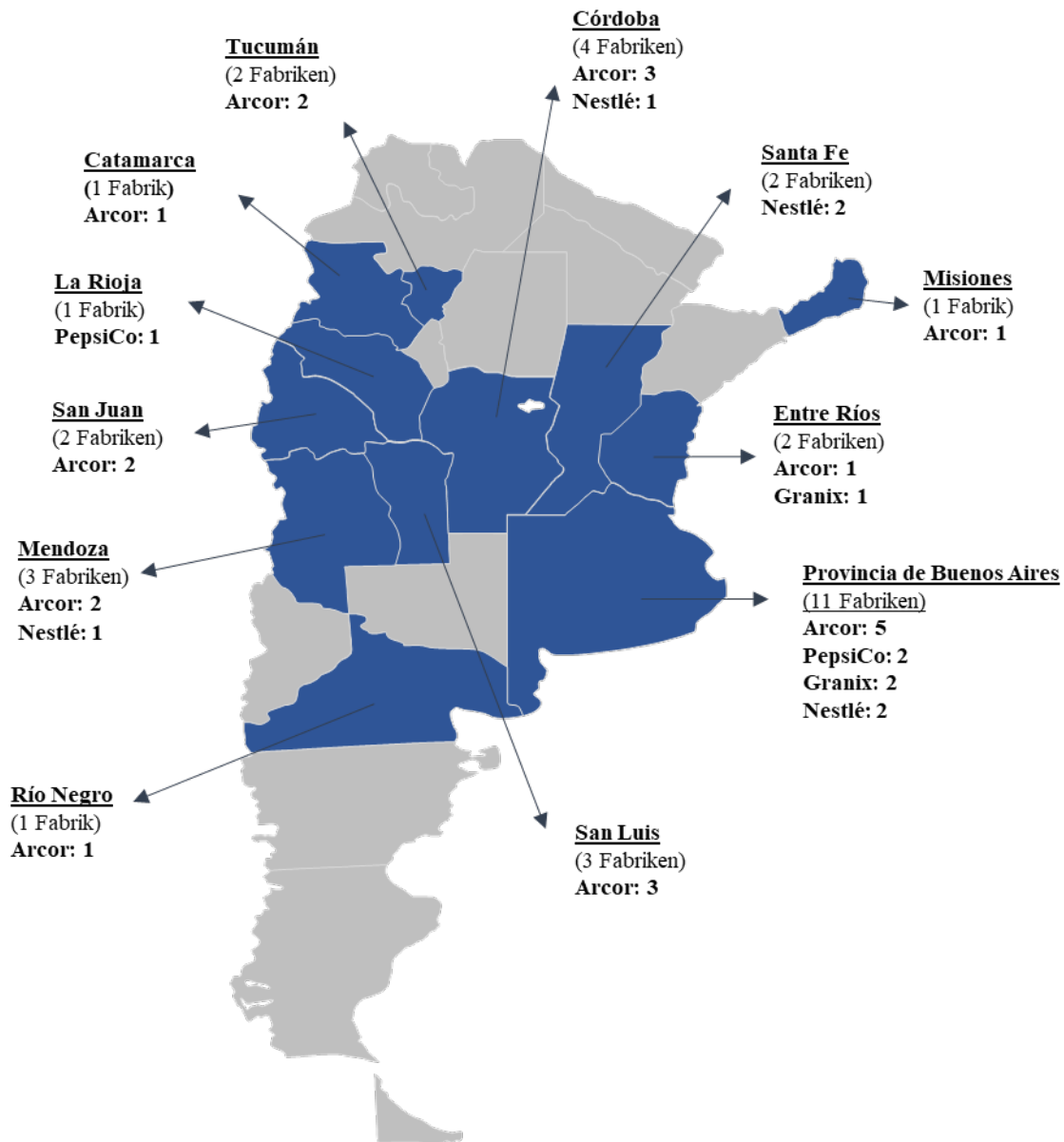


Abbildung 41: Standorte der wichtigsten Cerealienhersteller in Argentinien

Quelle: eigene Darstellung

7.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Seit 2015 ist der Cerealienverbrauch mengenmäßig rückläufig, wird aber bis 2021 voraussichtlich um 2,5 % steigen. Wertmäßig wird der Verbrauch bis 2020 um 2,1 % gegenüber 2019 steigen und damit 58,9 Mio. USD erreichen.

7. Die Cerealienindustrie

Konsum von Cerealien (1.000 t)

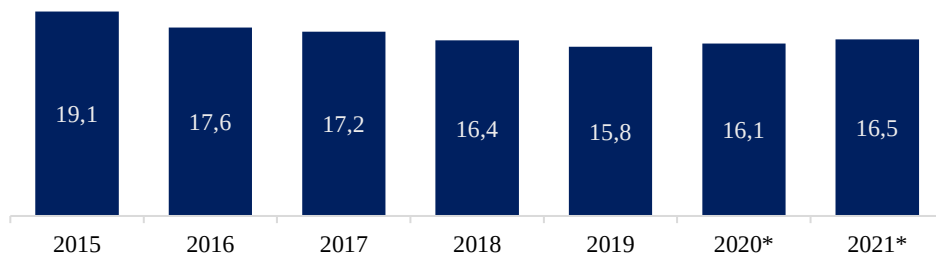


Abbildung 42: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Argentinien, www.euromonitor.com

Konsum von Cerealien (Mio. USD)

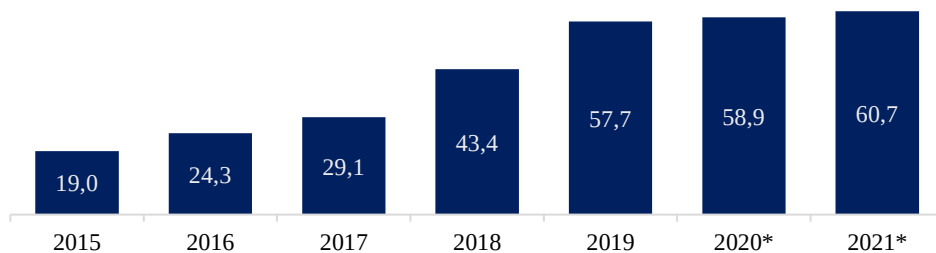


Abbildung 43: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Argentinien, www.euromonitor.com

Wertmäßig konzentrieren sich etwa 94 % des Cerealienverbrauchs auf verzehrfertige Cerealien. Es wird erwartet, dass diese Prozentsätze bis 2021 ähnlich bleiben werden.

Tabelle 29: Segmentierung des Konsums von Frühstückscerealien (2019)

Kategorie	%
verzehrfertige Cerealien	93,9
heiße Cerealien	6,1
Total	100

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Argentinien, www.euromonitor.com

Im Jahr 2019 lag der Einzelhandelspreis pro t Cerealien bei 3,65 Tsd. USD. Schätzungen zufolge werden die Preise bis 2020 ähnlich bleiben, es wird nur mit einem Anstieg von 0,3 % gerechnet.

Tabelle 30: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Jahr	Durchschnittspreis (t/USD)
2015	994,8
2016	1.383,4
2017	1.692,8
2018	2.645,7
2019	3.650,2
2020*	3.659,8

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Argentinien, www.euromonitor.com

Diskrepanz der Einzelhandelspreise (2015 = 1,00)

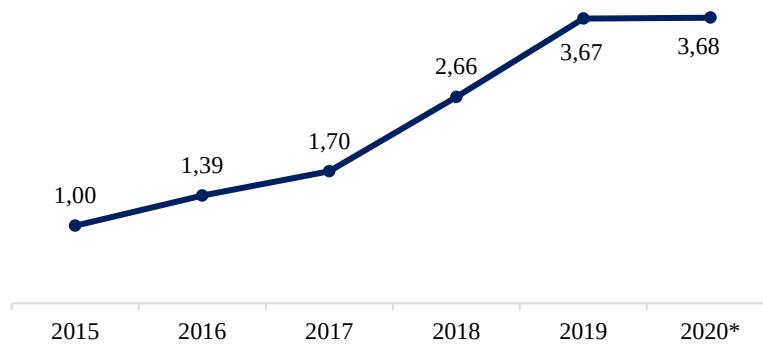


Abbildung 44: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Argentinien, www.euromonitor.com

Die Hälfte des Getreideverkaufs im Jahr 2019 wurde über Supermärkte getätigt. Diese Beteiligungsquote ist seit 2015 konstant geblieben.

Die anderen Hauptvertriebskanäle sind kleine unabhängige Läden und Verbrauchermärkte mit einer Beteiligungsquote von 24 % bzw. 21 %.

7. Die Cerealienindustrie

Vertriebskanäle (2019)

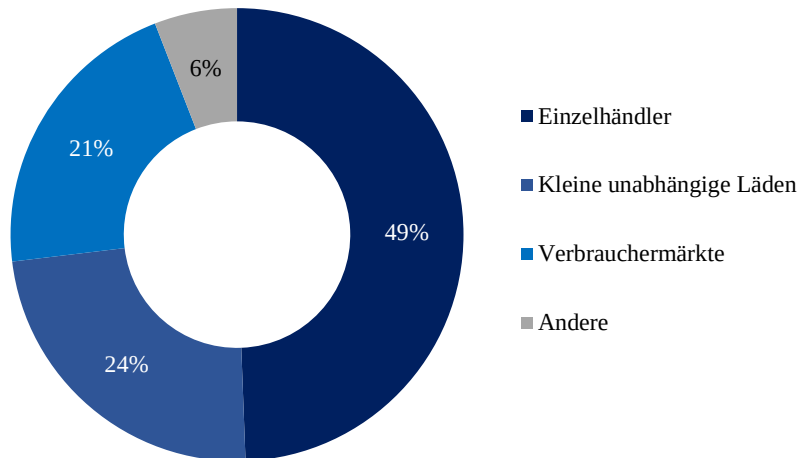


Abbildung 45: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Argentinien, www.euromonitor.com

Tabelle 31: Verkaufspreise unterschiedlicher Frühstückscerealienarten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Granix 400 g	Alimentos Granix	Jumbo	1,57
			Carrefour	1,37
			Walmart	1,37
	Quaker 500 g	Elaboradora Argentina de Cereales	Jumbo	2,08
			Carrefour	1,79
			Walmart	—
	Nesquik 400 g	Nestlé Argentina	Jumbo	4,39
			Carrefour	4,32
			Walmart	4,45
	Kellogg's Zucaritas 220 g	Kellogg Argentina	Jumbo	1,44
			Carrefour	—
			Walmart	1,78

7. Die Cerealienindustrie

	Trix 230 g	Nestlé	Jumbo	2,90
			Carrefour	2,87
			Walmart	2,87

Quelle: eigene Darstellung

7.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die Importe in der Cerealienbranche auf 5,5 Mio. USD, dies waren 38 % weniger als 2018. Da der gesamte exportierte Wert der Cerealienprodukte 8,4 Mio USD betrug, verzeichnet Argentinien einen Außenhandelsbilanzüberschuss von 2,9 Mio. USD für dieses Segment.

Tabelle 32: Importe/Exporte: Cerealien, durch Aufblähen oder Rösten von Getreide oder Getreideerzeugnissen hergestellt (HS-Code 1904)

Jahr	Cerealien (HS-Code 1904)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	8.091	10.573
2016	8.530	8.684
2017	10.705	10.047
2018	8.886	9.301
2019	5.509	8.424

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Im Jahr 2019 war Brasilien das Land, aus dem Argentinien die meisten Produkte des Getreidesektors im Wert von 2,3 Mio. USD importierte. Den zweiten Platz belegte Chile mit einem Anteil von 37 %. Deutschland belegte mit einem Wert von 27 Tsd. USD den achten Platz.

Herkunft der Cerealien-Importe nach Argentinien (2019)

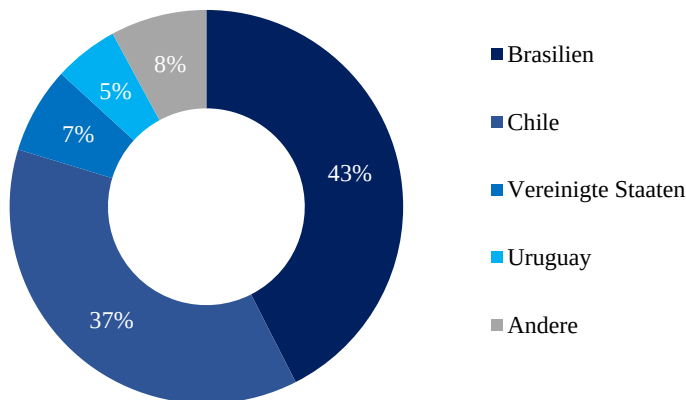


Abbildung 46: Herkunft der Cerealien-Importe nach Argentinien – HS-Code 1904 (2019)

Quelle: Trade Map: www.trademap.org

Im Jahr 2019 waren 85 % der gesamten argentinischen Exporte für südamerikanische Länder bestimmt, darunter Uruguay (45 %), Kolumbien (23 %) und Paraguay (17 %).

Zielorte der Cerealien-Exporte aus Argentinien

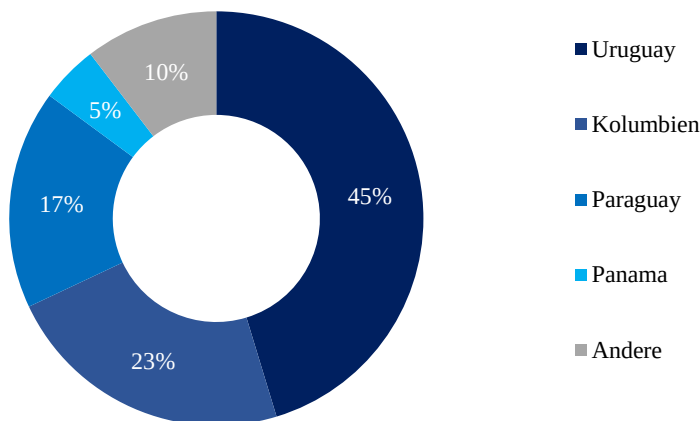


Abbildung 47: Zielorte der Cerealien-Exporte aus Argentinien – HS-Code 1904 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

7.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Jahr 2019 konzentrierten vier Unternehmen 72 % des Cerealienmarktes in Argentinien auf sich. Das erste, Alimentos Granix, machte 32,2 % des Marktes aus, gefolgt von Laso (19,9 %), Kellogg (10,2 %) und Nestlé (9,4 %). Seit 2016 sind diese Anteile konstant

7. Die Cerealienindustrie

geblieben. Laso, das Unternehmen mit dem zweitgrößten Marktanteil, geriet 2019 in eine Finanzkrise, die zu einem Rückgang um 7,4 % gegenüber 2018 führte.

Tabelle 33: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Unternehmen	%
Alimentos Granix	32,2
Laso	19,9
Kellogg	10,2
Nestlé	9,4
Elaboradora Argentina de Cereales	6,8
Andere	21,5

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Argentinien, www.euromonitor.com

Tabelle 34: Marktanteil nach Marke (2019)

Marke (Unternehmen)	%
Granix (Alimentos Granix)	24,0
3 Arroyos (Laso)	19,9
Nesquik (Nestlé)	5,3
Quaker (Elaboradora Argentina de Cereales)	4,8
Kellogg's Zucaritas (Kellogg Argentina)	3,0
Kellogg's All Bran (Kellogg Argentina)	2,9
Trix (Nestlé)	2,3
Andere	37,8

Quelle: Euromonitor (2020) – Frühstückscerealien in Brasilien, www.euromonitor.com

Im Jahr 2019 konzentrierten vier Marken 54 % des Marktes auf sich, wobei Granix mit 24 % die führende Marke war. Gegenüber 2018 stieg ihr Anteil um 7,1 %.

7.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

7.6.1 Alimentos Granix



- Website: www.granix.com.ar
- 3 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (1) Entre Ríos
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Frühstücksmüslis (Haferflocken, Flocken, Müslis, Granola) u. a.
- Marken: Granix, Choco Flakes, Fibra Total, Choco Forty's, Muesli
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Cerealien): 18,6 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 32,2 %



7.6.2 Nestlé



- Website: www.nestle.com.ar
- 6 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (2) Santa Fe, (1) Mendoza, (1) Córdoba
- Wichtigste Produkte der Kategorie: verzehrfertige Cerealien u. a.
- Marken: Nesquik, Trix, Fitness, Fitnes, Fibra Max, Nestlé Cornflakes u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019: 5,4 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 9,4 %



7. Die Cerealienindustrie

7.6.3 Elaboradora Argentina de Cereales (PepsiCo)



- Website: www.pepsicoargentina.com
- 3 Produktionsstätten: (2) Buenos Aires, (1) La Rioja
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Frühstückscerealien inkl. Haferflocken und Müsli mit Früchten
- Marken: Quaker, Quaker Oats, Quaker 100 % Natural, Quaker Cocoa Blast, Quaker Honey Graham u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Cerealien): 3,9 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 6,8 %



7.6.4 Arcor



- Website: www.arcor.com/ar/
- 21 Produktionsstätten: (5) Buenos Aires, (3) San Luis, (3) Córdoba, (2) Mendoza, (2) San Juan, (2) Tucumán, (1) Río Negro, (1) Catamarca, (1) Misiones, (1) Entre Ríos
- Wichtigste Produkte der Kategorie: verzehrfertige Cerealien, Frühstücksmüslis (Haferflocken, Flocken, Müslis, Granola) u. a.
- Marken: Fruggo, Crokolo, Mielita, Arcor, Mogul u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Cerealien): 2,3 Mio. USD
- Marktanteil: 3,9 %



7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Allgemeine qualitative Hochwertigkeit deutscher Lebensmittel auf dem argentinischen Markt ▪ Lieferkapazität der deutschen Industrie für die Nachfrage nach Cerealien aus gesunden Rohstoffen	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Argentinien zu vermarkten. ▪ 2019 deutsche Exporte von Cerealien nach Argentinien nur 27 Tsd. USD
Chancen	Risiken
▪ Wachstum des Cerealienverbrauchs 2021 in Argentinien auf 60 Mio. USD ▪ Erhöhter Konsum gesunder Produkte (z. B. ohne Zuckerzusatz und mit Zutaten wie Müsli).	▪ 60% Marktdominanz von drei Unternehmen: Granix, Laso und Kellog. ▪ Abwertung des ARS 2020 gegenüber dem Euro um 25 %.

Abbildung 48: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

In Argentinien ist der Cerealienkonsum stetig gestiegen und das Segment wird voraussichtlich 2020 um 2,1 % zulegen und bis 2021 einen Wert von 60,7 Mio. USD erreichen. Durch die ständige Zunahme von Cerealien mit gesunden Inhaltsstoffen ergeben sich Marktchancen für Hersteller, die solche Produkte anbieten, auch solche, die reich an Ballaststoffen sind.

Obwohl mehr als 80 % der Cerealienimporte Argentiniens südamerikanischen Ursprungs sind, ist Spanien der fünftgrößte Exporteur, wobei sein Anteil von 0,5 % im Jahr 2015 auf 4,8 % im Jahr 2019 gestiegen ist.

Dies verdeutlicht das Potenzial für europäische, einschließlich deutscher Cerealien, den argentinischen Markt zu durchdringen. Die KMU sollten allerdings Handelspartnerschaften mit in diesem Sektor konsolidierten lokalen Akteuren eingehen, die über Erfahrung im Import europäischer Produkte verfügen und verantwortlich für die jeweiligen erforderlichen Anpassungen sein werden.

8. Der Speiseeismarkt

8.1 Kurze Einführung in den Markt

Der argentinische Speiseeismarkt beinhaltet folgende Produkte:

- Speiseeis (am Stiel, in der Waffel, Eiscreme im Becher u. a.)
- gefrorene Desserts (alle Sorten)

Im Jahr 2019 betrug der argentinische Verbrauch des Eismarktes 147 Mio. USD. Für den Zeitraum 2015 bis 2019 lag die CAGR bei 32,4 %.

Trotz der Covid-19-Pandemie wird für 2020 ein Wachstum des Eisverbrauchs um 41,5 % erwartet, der dann den Wert von 208 Mio. USD erreicht.

Im Jahr 2019 betrugen die Einzelhandelspreise für Speiseeis ca. 6,53 Tsd. USD pro Tonne. Dieser Preis soll bis Ende 2020 ca. 9,44 Tsd. USD pro Tonne betragen.

Die führenden Unternehmen Froneri, Arcor und Ice Cream verfügen über einen gesamten Marktanteil von 80,6 %. Im Bezug zu den wichtigsten Marken belegt Frigor von Froneri mit 39,9 % den ersten Platz vor Arcor mit 27,1 %.

8.2 Überblick über die lokale Produktion

In Anbetracht der führenden Unternehmen auf dem Markt wurden in Argentinien 30 Produktionseinheiten identifiziert. Die Speiseeis-Herstellung ist wie die anderen analysierten Branchen in der Provinz Buenos Aires mit 30 % der Produktionsstätten konzentriert.

Arcor verfügt allein über die Hälfte der Fabriken in der Provinz Buenos Aires und mindestens über eine Fabrik in fast allen Produktionsregionen in Argentinien.

8. Der Speiseeismarkt

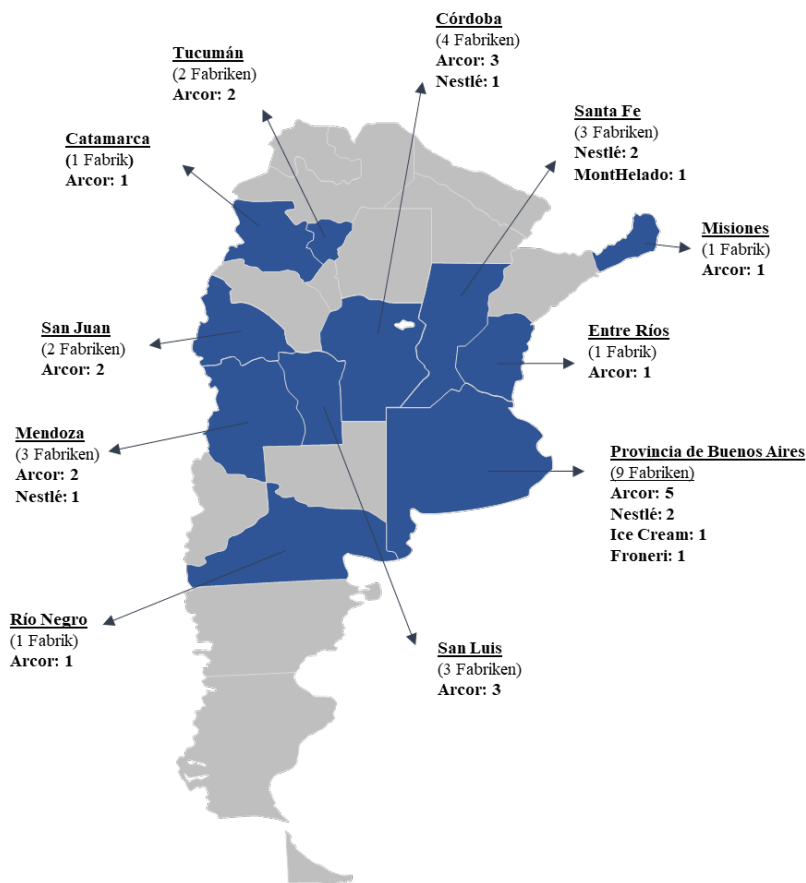


Abbildung 49: Standorte der wichtigsten Speiseeishersteller in Argentinien

8.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Der volumenmäßige Verbrauch von Speiseeis belief sich 2019 auf 22,5 Tsd. Tonnen, was einem Rückgang um 11 % gegenüber 2018 entspricht.

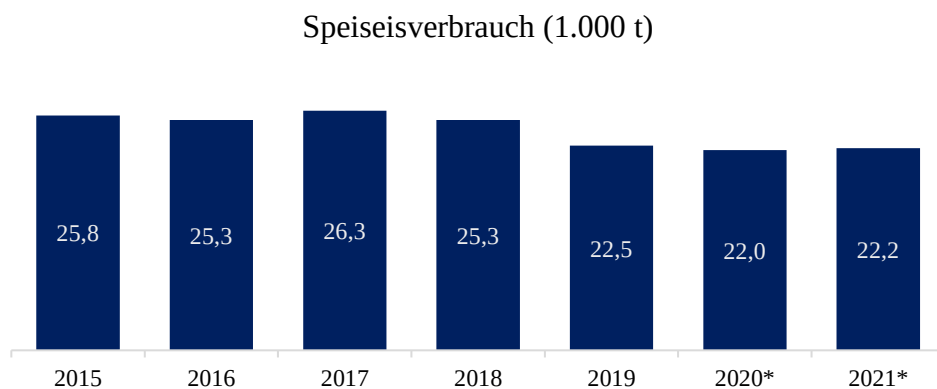


Abbildung 50: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2020) – Speiseeis in Argentinien, www.euromonitor.com

8. Der Speiseeismarkt

Wertmäßig belief sich der Eisverbrauch in Argentinien im Jahr 2019 auf 147 Mio. USD. Schätzungen zufolge wird es bis 2020 ein Wachstum von 41,5 % geben.

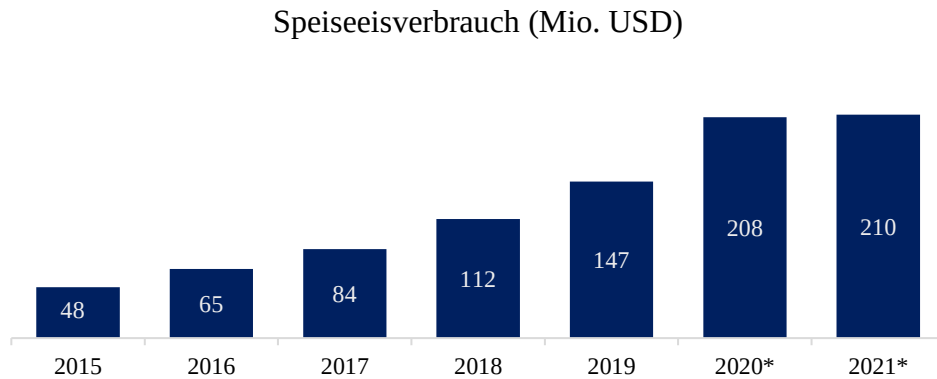


Abbildung 51: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor (2020) – Speiseeis in Argentinien, www.euromonitor.com

Speiseeis macht 99,9 % der Nachfrage des Sektors aus. Im Zeitraum 2015 bis 2019 sind die bevorzugten Geschmacksrichtungen:

1. Schokolade
2. Karamellaufstrich (Dulce de leche)
3. Erdbeere
4. Vanille
5. Limetten

Tabelle 35: Segmentierung des Speiseeisverbrauchs (2019)

Kategorie	%
Speiseeis	99,9
gefrorene Desserts	0,1
Total	100

Quelle: Euromonitor (2020) – Speiseeis in Argentinien, www.euromonitor.com

Im Jahr 2019 betrug der Einzelhandelspreis pro Tonne 6,53 Tsd. USD. Für 2020 wird ein Anstieg um 44,6 % gegenüber 2018 erwartet.

8. Der Speiseeismarkt

Tabelle 36: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Jahr	Durchschnittspreis (USD/t)
2015	1.8601
2016	2.567
2017	3.176
2018	4.426
2019	6.534
2020*	9.445

Quelle: Euromonitor (2020) – Speiseeis in Argentinien, www.euromonitor.com

Diskrepanz der Einzelhandelspreise (2015 = 1,00)

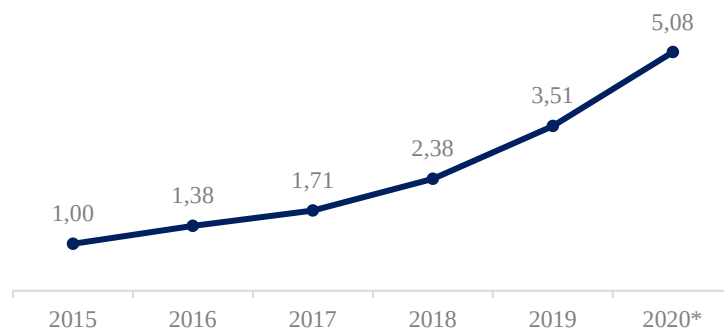


Abbildung 52: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Euromonitor (2020) – Speiseeis in Argentinien, www.euromonitor.com

Vertriebskanäle (2019)

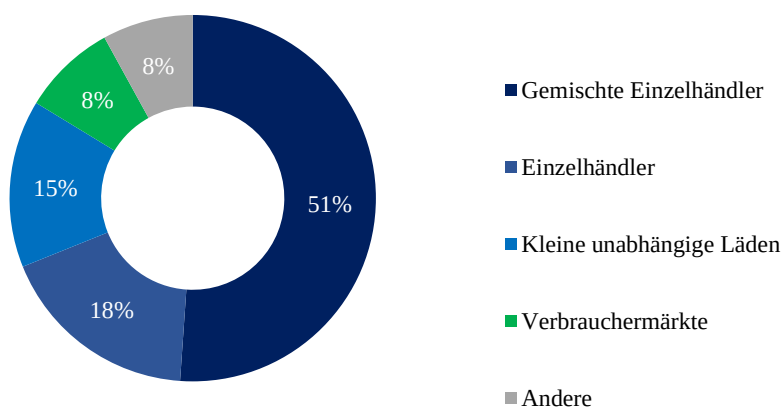


Abbildung 53: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Speiseeis in Argentinien, www.euromonitor.com

8. Der Speiseeismarkt

Tabelle 37: Verkaufspreise unterschiedlicher Speiseeissorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Frigor 36,4 g	Froneri	Open 25	0,80
	Carrefour 552 g	Carrefour	Carrefour	4,07
	La Montevideana 250 g	Monthelado	La Montevideana	2,51
	Gelato 250 g	Arcor	Belgrano Market	3,74
	Arcor 50 g	Arcor	Glovo	0,42
	Ice Cream 350 g	Ice Cream SRL	Carrefour	3,53

Quelle: eigene Darstellung

8.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die Importe im Eissegment auf 673 Tsd. USD, was einer Steigerung um 246,9 % gegenüber 2018 entspricht. Trotz der Zunahme des importierten Wertes sind die Eisexporte in Argentinien mit einem Wert von 8,3 Mio. USD bedeutender und das Land verzeichnete somit einen Überschuss in der Außenhandelsbilanz von 7,6 Mio. USD.

Tabelle 38: Importe/Exporte: Speiseeis (HS-Code 2105)

Jahr	Speiseeis (HS-Code 2105)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	59	7.847
2016	95	4.731
2017	140	6.682
2018	194	7.238
2019	673	8.335

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Im Jahr 2019 war Brasilien mit einem Wert von 388 Tsd. USD der Hauptlieferant von Produkten im Eissektor für den argentinischen Markt, gefolgt von Frankreich mit einem Anteil von 20 %. 2019 wurde kein Eis aus Deutschland nach Argentinien importiert.

Herkunft der Speiseeis-Importe nach Argentinien (2019)

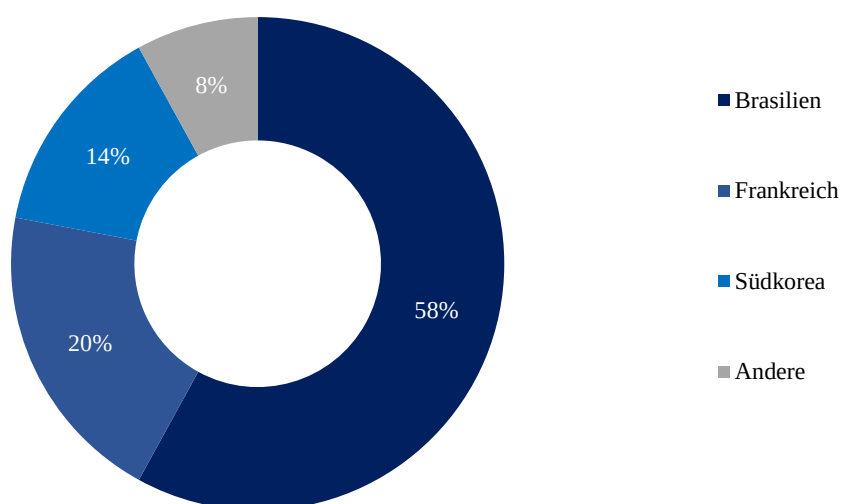


Abbildung 54: Herkunft der Speiseeis-Importe nach Brasilien – HS-Code 2105 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

8. Der Speiseeismarkt

Im Jahr 2019 exportierte Argentinien allein 43 % des Speiseeises nach Paraguay und Chile mit 25 % bzw. 18 % des gesamten Umsatzvolumen.

Zielorte der Speiseeis-Exporte aus Argentinien (2019)

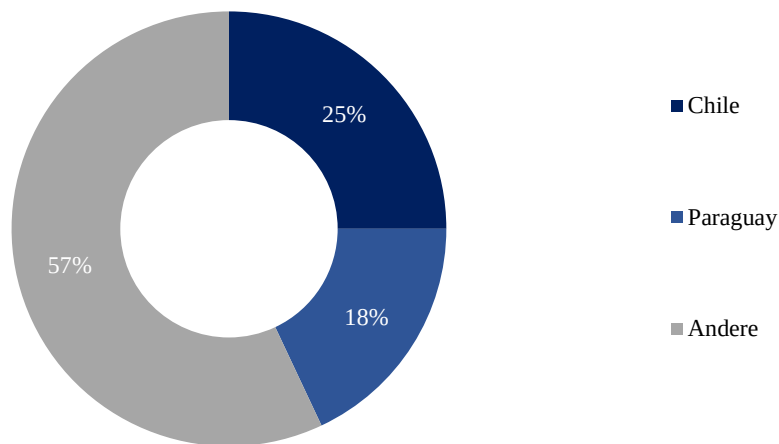


Abbildung 55: Zielorte der Speiseeis-Exporte aus Argentinien – HS-Code 2105 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

8.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Seit 2016 ist Froneri Argentinien führend im Eissegment in Argentinien. Im Jahr 2019 belief sich sein Marktanteil auf 41,1 % der gesamten Verkäufe des Segments. Die zweite Position auf dem Markt hält das Unternehmen Arcor mit 30,1 %.

Tabelle 39: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Unternehmen	%
Froneri	41,1
Arcor	30,1
Ice Cream	9,4
Monthelado	2,3
Andere	17,1

Quelle: Euromonitor (2020) – Speiseeis in Argentinien, www.euromonitor.com

Bei den Marken belegt Frigor von Froneri mit 39,9 % den ersten Platz, gefolgt von Arcor mit 27,1 %.

8. Der Speiseeismarkt

Tabelle 40: Marktanteil nach Marken (2019)

Marken (Unternehmen)	%
Frigor (Froneri/Nestlé)	39,9
Arcor (Arcor)	27,1
Ice cream (Ice Cream)	9,4
Gelato (Arcor)	2,6
La Montevideana (Monthelado)	2,3
Andere	18,7

Quelle: Euromonitor (2020) – Speiseeis in Argentinien, www.euromonitor.com

8.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

8.6.1 Froneri



- Website: www.froneri.com.ar
- 1 Produktionsstätte: (1) Buenos Aires
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eiscreme im Becher, Eis am Stiel und Eis in der Waffel
- Marken: Frigor (Nestlé), Nobrelli
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis): 60,4 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 41,1 %



8.6.2 Arcor



- Website: www.arcor.com/ar/

8. Der Speiseeismarkt

- 21 Produktionsstätten: (5) Buenos Aires, (3) San Luis, (3) Córdoba, (2) Mendoza, (2) San Juan, (2) Tucumán, (1) Río Negro, (1) Catamarca, (1) Misiones, (1) Entre Ríos
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eiscreme im Becher, Eis am Stiel und Eis in der Waffel
- Marken: Arcor, Gelato
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis): 44,2 Mio. USD
- Marktanteil 30,1 %



8.6.3 Ice Cream



- Website: www.icecream.com.ar/site/
- 1 Produktionsstätte: Buenos Aires
- Wichtigste Produkte der Kategorie: gemischte Desserts, Eiscreme im Becher und Eis am Stiel
- Marke: Ice Cream
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis): 2019: 13,8 Mio. USD
- Marktanteil: 9,4 %



8.6.4 Monthelado

- Website: www.monthelado.com
- 1 Produktionsstätte: (1) Santa Fe
- Wichtigste Produkte der Kategorie: gemischte Desserts, Eiscreme im Becher
- Marken: La Montevideana, Com-Com
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis): USD 3,4 Mio. USD
- Marktanteil: 2,3 %



8.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Deutsche Produkte in Argentinien als qualitativ hochwertig angesehen ▪ Lieferkapazität der deutschen Industrie für die Nachfrage nach zucker-, kalorien- und fettarmen Eis	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Argentinien zu vermarkten. ▪ Kein Exportsatz von Eis zwischen 2015 und 2019 von Deutschland nach Argentinien
Chancen	Risiken
▪ Zunahme des Verbrauchs gesunder Produkte, insbesondere mit niedrigem Zucker- und Fettgehalt. ▪ Erwartung einer Speiseeiskonsumerhöhung von 210 Mio. USD für 2021	▪ Konzentration von über 70 % des Eismarktes auf zwei Hersteller: Froneri und Arcor. ▪ Abwertung des ARS 2020 gegenüber dem Euro um 25 %

Abbildung 56: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

8. Der Speiseeismarkt

Unternehmen wie Froneri und Arcor, die sich zu 71 % konzentrieren, verfügen über ein großes und solides Vertriebsnetz auf nationaler Ebene. Es gibt jedoch Marktchancen für deutsche Hersteller, die Produkte mit gesunden Inhaltsstoffen von hoher Qualität und neuen Geschmacksrichtungen anbieten.

Die wirtschaftliche Krise sowie die Abwertung des ARS gegenüber dem Euro betrug 2020 ca. 25 %, was den Verbrauch importierter Produkte weniger attraktiv macht und den Preis für Rohstoffe erhöht. Es wird den KMU empfohlen Handelspartnerschaften mit lokalen Akteuren einzugehen, die in diesem Sektor konsolidiert sind, und über Erfahrung im Import europäischer Produkte verfügen. Diese Partner sind auch dafür verantwortlich, die erforderlichen Anpassungen auf den Etiketten sowie die besten Marketingstrategien und Vertriebskanäle anzugeben.

9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt

Laut den Prognosen für Ende 2020 wird für die fünf analysierten Kategorien ein Wachstum geschätzt. Das niedrigste Wachstum verzeichnet die Kategorie der Cerealien mit 2 % und das höchste die Knabberartikel mit 46 %.

Bekannte multinationale Unternehmen wie PepsiCo, Nestlé, Mondelez und Arcor verfügen über mehrere Produktionsstätten in Argentinien. Allein Arcor besitzt 21 Fabriken im gesamten Land und ist in zwei der fünf analysierten Segmente führend – in der Süßwaren- und der Eisbranche.

Deutschland ist einer der wichtigsten Handelspartner Argentiniens für die Kategorie der Süßwaren, insbesondere für Schokolade. Im Jahr 2019 war es mit einem Export von 2,1 Mio. USD das wichtigste europäische Land und das drittgrößte in der Weltrangliste.

Der Ernährungstrend in Argentinien, einschließlich der fünf analysierten Kategorien, geht in Richtung gesündere Produkte wie Vollkorn-, zuckerfreie und kalorienarme Produkte mit natürlichen Inhaltsstoffen. Das Angebot für Produkte mit gesundem Anspruch ist 2020 in Argentinien noch gering, was ein mögliches Potenzial für KMU aufzeigt.

Es ist darauf hinzuweisen, dass bei der Einfuhr in den argentinischen Markt vorgeschlagen wird, Handelspartnerschaften mit lokalen erfahrenen Akteuren einzugehen, die in der Lage sind, mit notwendigen Anpassungen der rechtlichen Anforderungen zu helfen, Lebensmittelprodukte in Argentinien zu vermarkten.

10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

Alyser (Importeur/Distributor)

Adresse: Dardo Rocha 2324, B1640 Martínez, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 3220- 1001

Ansprechpartner: José Luis Moledo

E-Mail: jlmoledo@alyser.com.ar

Website: www.alyser.com.ar

Compañía Distribuidora Argentina (Distributor)

Adresse: Av. Santa Rosa 2250, 1714 Ituzaingó, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 4661- 3954

Ansprechpartner: Rolando Fernández

E-Mail: ventas@ciadistargensa.com.ar

Website: www.ciadistargensa.com.ar

DG Belgrano (Distributor)

Adresse: Avenida Dr. Balbin 4324, Saavedra (C.A.B.A.), Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 4541-4441

Ansprechpartnerin: Victoria As ad

E-Mail: victoriasaad@dgbelgrano.com.ar

Website: www.dgbelgrano.com.ar

Distribuidora Pop (Distributor)

Adresse: Vicente Lopez, Buenos Aires, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 3952 8298

Ansprechpartner: Maximiliano Gimenez

E-Mail: maximiliano.gimenez@distribuidorapop.com.ar

Website: www.distribuidorapop.com.ar/

Expo Golosinas (Messe)

Adresse: Centro Costa Salguero, pabellón 6, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 4929- 4191

Ansprechpartner: Daniel Hermida

E-mail: expogolosinas@hseventos.com.ar

Website: www.expogolosinas.com.ar

10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

Fithep Expoalimentaria (Messe)

Adresse: Av. Costanera Rafael Obligado 1221, C1425 CABA, Argentinien

Telefonnummer: +54 11 6009- 3067

Ansprechpartnerin: María del Carmen Pantanali

E-Mail: mariadelcarmen@publitec.com.ar

Website: www.fithep-expoalimentaria.com

Gala Gourmet (Importeur/Distributor)

Adresse: San Roque 4642 – Ciudadela, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 4488- 5805

Ansprechpartner: Cristian Robaglia

E-Mail: importacion@galagourmet.com.ar

Website: www.galagourmet.com.ar

Geson (Importeur/Distributor)

Adresse: Andrés Vallejos 3320 - C.A.B.A., Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 7079 0800 ext. 115/116

Ansprechpartnerin: Grace Gonzales Bellini

E-Mail: comercioexterior@geson.com.ar

Website: www.geson.com.ar

Golosinas Gam (Importeur/Distributor)

Adresse: Alicia M. de Justo 1080 Piso 3 Of. 11, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 5217- 9419

Ansprechpartner: Ricardo Estevez

E-Mail: Ricardo.estevez@golosinasgam.com

Website: www.guialemar.com

Goodies (Importeur/Distributor)

Adresse: Alexander Fleming 1973, Florida Oeste, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 3221- 5132

Ansprechpartnerin: Luz Pardina

E-Mail: lpardina@goodies.com.ar

Website: www.goodies.com.ar

10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

Importadora Suramericana (Importeur/Distributor)

Adresse: Bv. Presidente Perón 4749 – Lote 2, Complejo NORLOG, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 5276- 2641

Ansprechpartner: Javier Sola

E-Mail: comercioexterior@imposudamericana.com.ar

Website: www.imposudamericana.com.ar

La Anónima -Yaguar (Einzelhändler)

Adresse: Ituzaingó 147, (6070), Lincoln, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 4489- 9100

Ansprechpartner: Alejandro Torres

E-Mail: f.pagura@yaguar.com.ar

Website: www.laanonima.com.ar

La Chocolaterie (Messe)

Adresse: Av. Sarmiento 2704, C1425FGP CABA, Argentinien

Telefonnummer: +54 11 4777- 5500

Ansprechpartnerin: Catalina Heredia

E-mail: catalina@la-chocolaterie.com

Website: www.la-chocolaterie.com

Mayorista Yaguar (Einzelhändler)

Adresse: Panamericana – Ruta 9 Km 42.5 Maschwitz Mall, Santa Fe, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 4682- 8999

Ansprechpartner: Facundo Pagura

E-Mail: f.pagura@yaguar.com.ar

Website: www.yaguar.com.ar/

MAOAR (Distributor)

Adresse: Sanabria 2124, C1417 C.A.B.A, Buenos Aires, Argentinien

Telefonnummer: + 54 11 4566- 4051

Ansprechpartner: Fernando Baz Romina

E-Mail: romina@maoar.com

Website: www.shop.maoar.com

10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

Rosental (Distributor)

Adresse: Mendoza 8145 S2008BUA Rosario, Santa Fe, Argentinien

Telefonnummer: + 54 341 459- 6000

Ansprechpartnerin: Victoria Bullorini

E-Mail: ventas@rosental.com.ar

Website: www.rosental.com.ar/

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

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

STAND

Dezember 2020

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

conejota/stock.adobe.com

TEXT

Broggini Partners
Rua Paes Leme 215, Pinheiros, São Paulo, Brazil
www.broggini.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Fabrizio Broggin
Gabriel Walmory
Marco Alessandro Franke

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

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

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

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

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

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

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

www.agrarexportfoerderung.de