Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Brasilien

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

agrarexportfoerderung.de

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 *Ease of Doing Business*-Index 14
3.2 Wirtschaftliche Lage und Ausblick 15
3.2.1 BIP 15
3.2.2 Arbeitslosigkeit 17
3.2.3 Inflationsrate 17
3.2.4 Außenhandelsbilanz 17
3.3 Lebensmittelproduktionszentren 18
3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb 19
4. Die Süßwarenindustrie 21
4.1 Kurze Einführung in den Markt 21
4.2 Überblick über die lokale Produktion 22
4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie 22
4.3.1 Schokoladenwaren 25
4.3.2 Zuckerwaren 27
4.3.3 Kaugummiwaren 30
4.4 Überblick über Exporte und Importe 31
4.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller 34
4.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller 35
4.6.1 Mondelez 35
4.6.2 Cacau Show 36
4.6.3 Nestlé 36
4.6.4 Chocolates Garoto (*Grupo* Nestlé) 37
4.6.5 Ferrero 37
4.6.6 Arcor 38
4.6.7 Grupo CRM 38
4.6.8 Dori 39
4.6.9 Perfetti Van Melle 39

4.6.10 Florestal Alimentos 39
4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller 41
5. Die Knabberartikelindustrie 42
5.1 Kurze Einführung in den Markt 42
5.2 Überblick über die lokale Produktion 42
5.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie 43
5.4 Überblick über Exporte und Importe 48
5.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller 49
5.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller 50
5.6.1 PepsiCo 50
5.6.2 M. Dias Branco 51
5.6.3 Marilan Alimentos 51
5.6.4 Mondelez 52
5.6.5 Yoki Alimento 52
5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller 53
6. Die Backwarenindustrie 55
6.1 Kurze Einführung in den Markt 55
6.2 Überblick über die lokale Produktion 55
6.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie 56
6.3.1 Backprodukte 59
6.3.2 Kleingebäck 61
6.4 Überblick über Exporte und Importe 63
6.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller 65
6.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller 66
6.6.1 Pandurata Alimentos 66
6.6.2 Bimbo 66
6.6.3 M. Dias Branco 67
6.6.4 Wickbold & Nosso Pão 67
6.6.5 Nestlé 68
6.6.6 Mondelez 68
6.6.7 Lua Nova 69
6.6.8 Indústria de Alimentos Bomgosto 69
6.6.9 Marilan Alimentos 70
6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller 71
7. Die Cerealienindustrie 72
7.1 Kurze Einführung in den Markt 72
7.2 Überblick über die lokale Produktion 72
7.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie 73
7.4 Überblick über Exporte und Importe 77

7.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller 78
7.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller 80
7.6.1 PepsiCo 80
7.6.2 Kellogg 81
7.6.3 Nestlé 81
7.6.4 Kobber Alimentos 82
7.6.5 Nutrifoods 82
7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller 83
8. Der Speiseeismarkt 85
8.1 Kurze Einführung in den Markt 85
8.2 Überblick über die lokale Produktion 85
8.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie 86
8.4 Überblick über Exporte und Importe 90
8.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller 91
8.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller 93
8.6.1 Unilever 93
8.6.2 Nestlé 93
8.6.3 Sorvetes Jundiá 94
8.6.4 Sorveteria Creme Mel 94
8.6.5 General Mills 95
8.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller 95
9. Einschätzung deutscher Lieferanten insgesamt 97
10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland 98

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Brasilien in der Weltrangliste der Tätigung erfolgreicher Geschäfte (2019) 15
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) 16
Tabelle 4: Konsum von Süßwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD) 24
Tabelle 5: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020) 25
Tabelle 6: Segmentierung des Schokoladenverbrauchs (2019) 26
Tabelle 7: Verkaufspreise unterschiedlicher Schokoladensorten 27
Tabelle 8: Segmentierung des Zuckerwarenverbrauchs (2019) 28
Tabelle 9: Verkaufspreise unterschiedlicher Zuckerwarensorten 29
Tabelle 10: Verkaufspreise unterschiedlicher Kaugummisorten 30
Tabelle 11: Importe/Exporte: i) Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen (HS-Code 1806) und ii) Zuckerwaren ohne Kakaogehalt, einschl. weiße Schokolade (HS-Code 1704) 32
Tabelle 12: Marktanteil nach Unternehmen (2019) 34
Tabelle 13: Marktanteil nach Marke (2019) 35
Tabelle 14: Segmentierung des Knabberartikelkonsums (2019) 45
Tabelle 15: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020) 45
Tabelle 16: Verkaufspreise unterschiedlicher Knabberartikelsorten 47
Tabelle 17: Importe/Exporte: Schalenfrüchte und andere Samen, einschl. Mischungen, zubereitet oder haltbar gemacht (HS-Code 200819) 48
Tabelle 18: Marktanteil nach Unternehmen (2019) 49
Tabelle 19: Marktanteil nach Marke (2019) 50
Tabelle 20: Konsum von Backwaren von 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD) 58
Tabelle 21: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020) 59
Tabelle 22: Segmentierung des Backprodukteverbrauchs (2019) 60
Tabelle 23:Verkaufspreise unterschiedlicher Backproduktsorten 61
Tabelle 24: Segmentierung des Konsums von süßen Keksen, Snackriegeln & Fruchtsnacks 62
Tabelle 25: Verkaufspreise unterschiedlicher Kleingebäcksorten 63
Tabelle 26: Importe/Exporte: Backwaren (HS-Code 1905) 64
Tabelle 27: Marktanteil nach Unternehmen (2019) 65
Tabelle 28: Marktanteil nach Marke (2019) 66
Tabelle 29: Segmentierung des Konsums von Frühstückscerealien (2019) 75
Tabelle 30: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020) 75
Tabelle 31: Verkaufspreise unterschiedlicher Frühstückscerealiensorten 76
Tabelle 32: Importe/Exporte: Cerealien, durch Aufblähen oder Rösten von Getreide oder Getreideerzeugnissen hergestellt (HS-Code 1904) 77

Tabelle 33: Marktanteil nach Unternehmen (2019) 79
Tabelle 34: Marktanteil nach Marke (2019) 79
Tabelle 35: Segmentierung des Speiseeisverbrauchs (2019) 88
Tabelle 36: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020) 88
Tabelle 37: Verkaufspreise unterschiedlicher Speiseeissorten 88
Tabelle 38: Importe/Exporte: Speiseeis (HS-Code 2105) 89
Tabelle 39: Marktanteil nach Unternehmen (2019) 92
Tabelle 40: Marktanteil nach Marke (2019) 92

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geografische Lage Brasiliens 13
Abbildung 2: Bevölkerungsanzahl in Brasilien (im Zeitraum 2015 bis 2019) 14
Abbildung 3: Alterssegmentierung der Bevölkerung (2019) 14
Abbildung 4: Entwicklung des BIP (im Zeitraum 2015 bis 2020) 16
Abbildung 5: Anteile der Wirtschaftssektoren am Bruttoinlandsprodukt (2019) 16
Abbildung 6: Arbeitslosenquote in Brasilien (im Zeitraum 2015 bis 2020) 17
Abbildung 7: Inflationsrate in Brasilien (im Zeitraum 2015 bis 2020) 17
Abbildung 8: Brasilianische Außenhandelsbilanz (im Zeitraum 2017 bis 2019) 18
Abbildung 9: Zentren der industrialisierten Lebensmittelproduktion in Brasilien (2019) 18
Abbildung 10: Standorte der wichtigsten Süßwarenhersteller in Brasilien 22
Abbildung 11: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t) 23
Abbildung 12: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) 23
Abbildung 13: Anteil konsumierter Süßwaren (2019) 24
Abbildung 14: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) 25
Abbildung 15: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) 26
Abbildung 16: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) 28
Abbildung 17: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) 30
Abbildung 18: Herkunft der Schokoladenimporte nach Brasilien – HS-Code 1806 (2019) ... 32
Abbildung 19: Herkunft der Zuckerwarenimporte (auf Zuckerbasis) nach Brasilien – HS-Code 1704 (2019) 33
Abbildung 20: Zielorte der Schokoladenexporte aus Brasilien – HS-Code 1806 (2019) 33
Abbildung 21: Zielorte der Zuckerwarenexporte (auf Zuckerbasis) aus Brasilien – HS-Code 1704 (2019) 34
Abbildung 22: SWOT-Analyse 41
Abbildung 23: Standorte der wichtigsten Knabberartikelhersteller in Brasilien 43
Abbildung 24: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t) 44
Abbildung 25: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) 44

Abbildung 26: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) 46
Abbildung 27: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) 46
Abbildung 28: Herkunft der Knabberartikel-Importe nach Brasilien – HS-Code 200819 (2019) 48
Abbildung 29: Zielorte der Knabberartikel-Exporte aus Brasilien – HS-Code 200819 (2019) 49
Abbildung 30: SWOT-Analyse 53
Abbildung 31: Standort der wichtigsten Backwarenhersteller in Brasilien 56
Abbildung 32: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t) 57
Abbildung 33: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) 57
Abbildung 34: Anteil des Backwarenverbrauchs (2019) 58
Abbildung 35: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) 59
Abbildung 36: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) 60
Abbildung 37: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) 62
Abbildung 38: Herkunft der Backwaren-Importe nach Brasilien – HS-Code 1905 (2019) 64
Abbildung 39: Zielort der Backwaren-Exporte aus Brasilien – HS-Code 1905 (2019) 65
Abbildung 40: SWOT-Analyse 71
Abbildung 41: Standort der wichtigsten Cerealienhersteller in Brasilien 73
Abbildung 42: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t) 74
Abbildung 43: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis (Mio. USD) 74
Abbildung 44: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) 75
Abbildung 45: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) 76
Abbildung 46: Herkunft der Cerealien-Importe nach Brasilien – HS-Code 1904 (2019) 78
Abbildung 47: Zielorte der Cerealien-Exporte aus Brasilien – HS-Code 1904 (2019) 78
Abbildung 48: SWOT-Analyse 83
Abbildung 49: Standorte der wichtigsten Speiseeishersteller in Brasilien 86
Abbildung 50: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t) 87
Abbildung 51: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) 87
Abbildung 52: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) 88
Abbildung 53: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) 89
Abbildung 54: Herkunft der Speiseeis-Importe nach Brasilien – HS-Code 2105 (2019) 91
Abbildung 55: Zielort der Speiseeis-Exporte aus Brasilien – HS-Code 2105 (2019) 91
Abbildung 56: SWOT-Analyse 96

Abkürzungsverzeichnis

Anvisa	Nationale Behörde für Gesundheitsüberwachung
Bio.	Billionen
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BRL	Brasilianischer Real
CAGR	Jährliche Wachstumsrate
Covid-19	Coronavirus
DIPOA	Inspektionsbehörde für tierische Produkte
g	Gramm
HS	Harmonized System
IBGE	Brasilianisches Institut für Geografie und Statistik
kg	Kilogramm
km	Kilometer
km²	Quadratkilometer
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
l	Liter
MAPA	Ministerium für Landwirtschaft, Viehzucht und Lebensmittelversorgung
Mio.	Millionen
ml	Milliliter
Mrd.	Milliarden
SWOT	Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
USD	US-Dollar

1. Zusammenfassung

Brasilien, die größte Volkswirtschaft Lateinamerikas, zählte im Jahr 2019 ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von 1,1 %, eine Bevölkerung von 212 Mio. Einwohnern und ein Pro-Kopf-BIP von 11,1 Tsd. US-Dollar (USD). Aufgrund der Auswirkungen der Pandemie des Coronavirus (Covid-19) wird für 2020 ein Rückgang veranschlagt, der sich laut der brasilianischen Zentralbank im Jahr 2021 mit einem erwarteten Wachstum von 3,9 % erholen dürfte.

Im Jahr 2019 belief sich der brasilianische Konsum in den analysierten Branchen insgesamt auf 32,18 Mrd. USD und war wie folgt segmentiert:

- Backwaren: 64,9 %
- Süßwaren: 16,0 %
- Knabberartikel: 9,2 %
- Speiseeis: 8,8 %
- Cerealien: 1,1 %

Im Jahr 2020 wird die Nachfrage um schätzungsweise 3 % steigen, wobei nur in der Süßwarenbranche eine Abnahme zu ersehen ist, hauptsächlich aufgrund der erwarteten Verminderung des Schokoladen- und Kaugummiverbrauchs.

Brasilien verfügt über Produktionsstätten, die über die südliche, südöstliche, zentralwestliche und nordöstliche Region verbreitet sind. Im Bundesstaat São Paulo – Südosten – konzentrieren sich 40 % der identifizierten Produktionseinheiten, wobei die der führenden Unternehmen in ihren jeweiligen Branchen berücksichtigt werden. Multinationale Konzerne, die Niederlassungen in Brasilien besitzen, sind Mondelez, Nestlé, PepsiCo, Unilever, Perfetti Van Melle, Arcor und Bimbo.

Deutschland gehört zu den sechs Süßwaren-, Cerealien- und Backwaren-Hauptexporteuren nach Brasilien. Im Jahr 2019 wurden allerdings keine Exporte von Speiseeis oder Knabberartikeln registriert.

Die Abwertung des brasilianischen Reals (BRL) um 31 % gegenüber dem Euro im Zeitraum von Januar bis September 2020 macht europäische Produkte auf dem lokalen Markt weniger wettbewerbsfähig. Trotzdem werden deutsche Lebensmittel von brasilianischen Verbrauchern als qualitativ hochwertig angesehen, und es ist deswegen wichtig, spezifische Marktnischen zu identifizieren und zu erforschen, um in Brasilien Erfolg zu haben.

2. Einleitung

Durch die Erstellung dieser Marktstudie wird darauf abgezielt, Daten über die brasilianische Wirtschaft und deren Süßwaren-, Knabberartikel-, Cerealien- und Eiscreme-Branche darzustellen, um für kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) der deutschen Ernährungsindustrie auf potenzielle Möglichkeiten des brasilianischen 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 - & Chancen- Analysen (SWOT) in den jeweiligen Branchen vorgenommen, sowie die Hindernisse beim Eintritt in den brasilianischen Markt aufweisen.

Es ist anzumerken:

- Die Werte werden in USD angegeben, wobei ein Wechselkurs von USD 1 = BRL 5,40 verwendet wird.
- Die Daten von 2020 und 2021 sind mit * hervorgehoben, da es sich dabei um Prognosen handelt.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformation

Brasilien ist die größte Volkswirtschaft Lateinamerikas. Nach Angaben der Weltbank belief sich das Bruttoinlandsprodukt (BIP) des Landes im Jahr 2019 auf 2,34 Bio. USD (zu konstanten Preisen), mit einem Anteil des Industriesektors von 21 %.

Annähernd 70 % der Wirtschaft konzentrieren sich auf die südlichen und südöstlichen Regionen des Landes, wobei der Bundesstaat São Paulo (Südosten) allein ein Drittel des BIP darstellt.

Im Jahr 2019 waren China, die Vereinigten Staaten und Argentinien die größten Handelspartner Brasiliens, wobei die asiatische Nation am meisten aus und nach Brasilien importierte und exportierte. Deutschland ist der viertgrößte Exporteur.

3.1.1 Geografische Lage

In territorialer Hinsicht ist Brasilien mit 8,5 Mio. km² und Grenzen zu Argentinien, Uruguay, Paraguay, Bolivien, Peru, Kolumbien, Venezuela, Guyana, Surinam und Französisch-Guayana das größte Land Lateinamerikas. In 26 Gliedstaaten unterteilt, hat Brasilien eine föderale Staatsform.

Abbildung 1: Geografische Lage Brasiliens

Quelle: Brasilianisches Institut für Geographie und Statistik (IBGE), www.ibge.gov.br

Die Hauptstadt Brasília liegt in einem Bundesbezirk im zentralwestlichen Gebiet des Landes. Das wirtschaftliche Zentrum konzentriert sich in der südöstlichen Region, die sich aus den Bundesstaaten Espirito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro und São Paulo zusammensetzt, von denen Letzterer wirtschaftlich am stärksten ist.

3.1.2 Bevölkerung

Im Jahr 2020 verfügt Brasilien über eine Einwohnerzahl von etwa 212 Mio. Trotz der erheblichen Bevölkerungszahl und deren kontinuierlichem Wachstum ist das Land mit 25 Einwohnern pro km² relativ dünn besiedelt und der Anteil der über 65-jährigen Brasilianer nimmt zu. Gegenwärtig liegt das Durchschnittsalter bei 33 Jahren, etwa acht Jahre höher als der Durchschnitt im Jahr 2000.

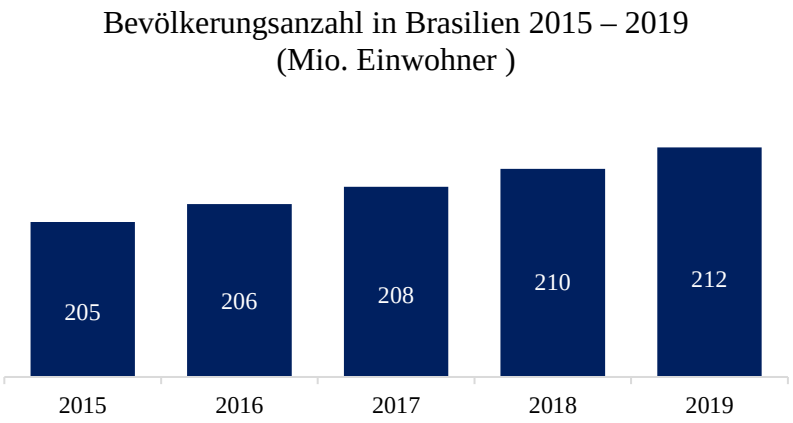


Abbildung 2: Bevölkerungsanzahl in Brasilien (im Zeitraum 2015 bis 2019)

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

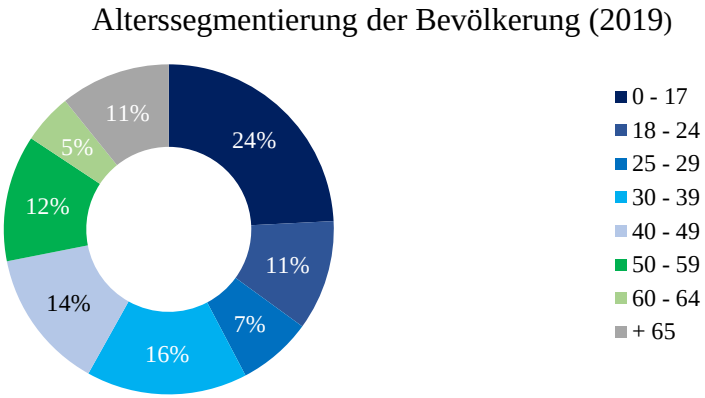


Abbildung 3: Alterssegmentierung der Bevölkerung (2019)

Quelle: IBGE, www.ibge.gov.br

Nicht nur die wirtschaftlich stärksten, sondern auch die bevölkerungsreichsten Staaten liegen im Südosten des Landes: São Paulo (46 Mio.), Minas Gerais (21 Mio.) und Rio de Janeiro (17 Mio.).

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 denen die Länder nach ihrer Geschäftsfreundlichkeit klassifiziert werden. Gegenwärtig nimmt Brasilien in dieser Rangliste den 124. Platz ein und der stärkste Punkt des Landes ist die Erfüllung von Verträgen, während der schwächste Punkt die Zahlung von Steuern ist.

Tabelle 1: Brasilien in der Weltrangliste der Tätigung erfolgreicher Geschäfte (2019)

Kategorien (Wert)	Ranking
Ease of Doing Business-Index	124
Gründung eines neuen Unternehmens	138
Erwerb einer Baugenehmigung	170
Zugang zu Elektrizität	98
Eigentumsregistratur	133
Zugang zu Kredit	104
Schutz von Investoren	61
Steuern	184
Internationaler Handel	108
Vertragssicherheit	58
Insolvenzverfahren	77

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

3.2 Wirtschaftliche Lage und Ausblick

3.2.1 BIP

In den Jahren 2015 und 2016 verzeichnete Brasilien wegen einer politischen und wirtschaftlichen Krise einen Rückgang des BIP um 3,6 % bzw. 3,3 %. Im Zeitraum 2017 – 2019 lag das BIP-Wachstum in der Größenordnung von 1 %. Für das Jahr 2020 wird aufgrund der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie ein Sinken des BIP um schätzungsweise 5,1 % erwartet.

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

Jahr	USD in Mrd.
2015	2.337
2016	2.261
2017	2.291
2018	2.321
2019	2.347
2020*	2.229

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

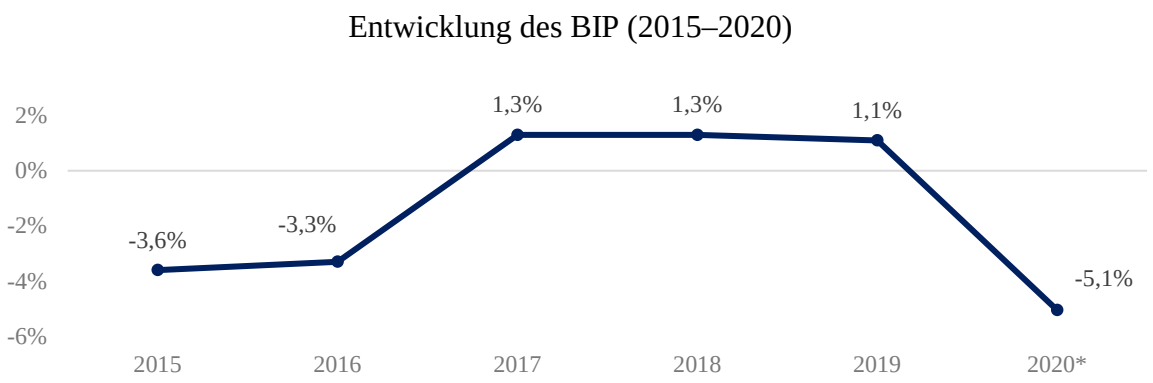


Abbildung 4: Entwicklung des BIP (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

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

Jahr	USD (konstante Preise im Jahr 2010)
2015	11.431
2016	10.965
2017	11.021
2018	11.079
2019	11.121
2020*	10.580

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

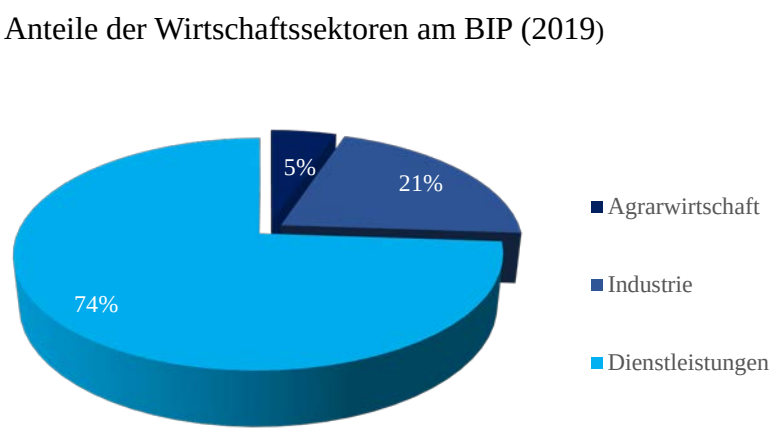


Abbildung 5: Anteile der Wirtschaftssektoren am Bruttoinlandsprodukt (2019)

Quelle: IBGE, www.ibge.gov.br

3.2.2 Arbeitslosigkeit

Die Arbeitslosenquote in Brasilien erreichte im Jahr 2017 mit 12,9 % ihren höchsten Stand. In der Rechnungsperiode 2018 – 2019 ging diese Rate um 1 % zurück und für das Jahr 2020 wird eine Rate von rund 14 % geschätzt.

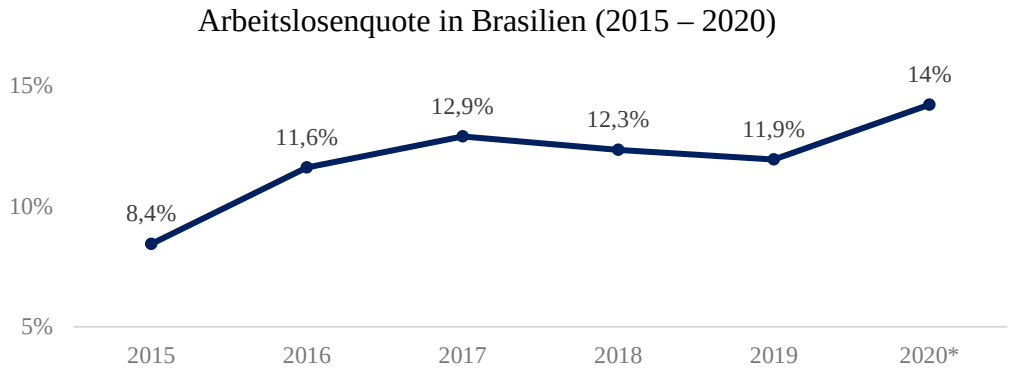


Abbildung 6: Arbeitslosenquote in Brasilien (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Weltbank, www.worldbank.org

3.2.3 Inflationsrate

Die Inflation ist seit dem Jahr 2015 in Brasilien erheblich gesunken. Da der Konsum aufgrund der Covid-19-Pandemie zurückgeht, wird die Inflationsrate auf 2 % geschätzt.

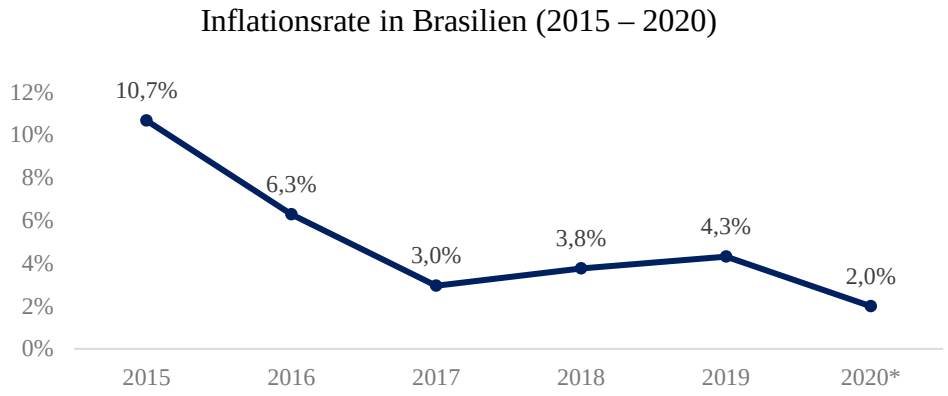


Abbildung 7: Inflationsrate in Brasilien (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Zentralbank von Brasilien; IBGE, www.bcb.gov.br; www.ibge.gov.br

3.2.4 Außenhandelsbilanz

Die brasilianische Außenhandelsbilanz wies im Zeitraum 2017 – 2019 einen Überschuss auf. Nichtsdestotrotz verzeichnete sie 2019 im Vergleich zu 2018 einen Rückgang um 20,4 %, was 46,7 Mrd. USD entsprach.

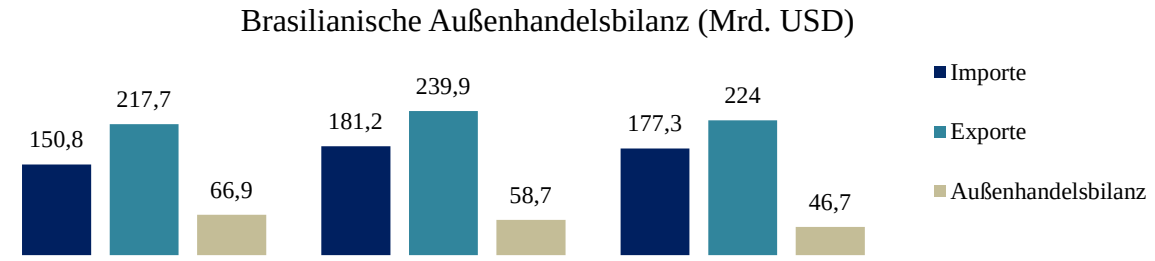


Abbildung 8: Brasilianische Außenhandelsbilanz (im Zeitraum 2017 bis 2019)

Quelle: TradeMap, www.trademap.org

Sowohl bei den Exporten als auch bei den Importen ist China der größte Handelspartner Brasiliens. Bei den Importen ist Deutschland mit einem Anteil von 5,8 % der viertgrößte Lieferant.

3.3 Lebensmittelproduktionszentren

Die Zentren der industriellen Nahrungsmittelproduktion verteilen sich auf 7 Bundesstaaten, die in der südlichen, südöstlichen und nordöstlichen Region des Landes liegen. Von 124 untersuchten Fabriken befinden sich 50 in São Paulo, das somit der repräsentativste Staat ist.

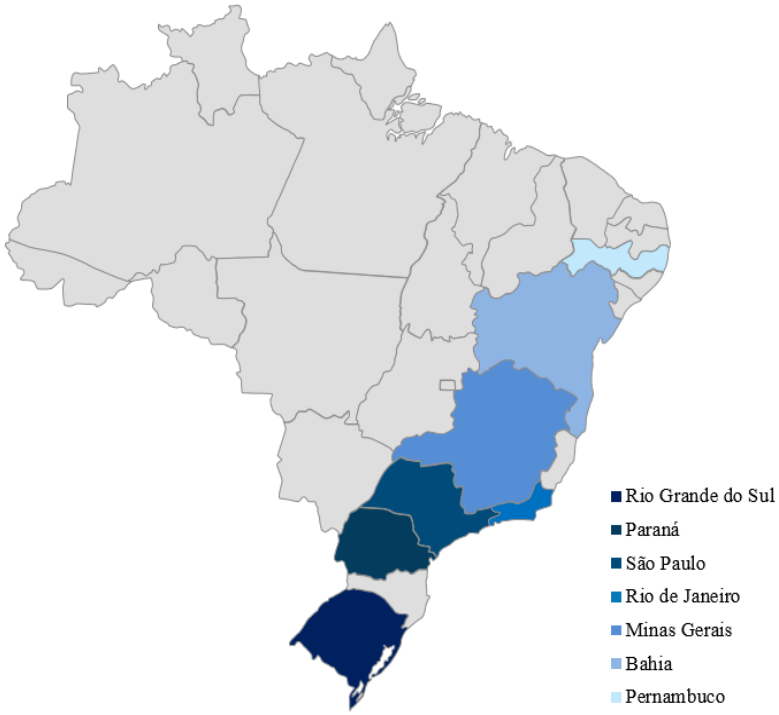


Abbildung 9: Zentren der industrialisierten Lebensmittelproduktion in Brasilien (2019)

Quelle: eigene Darstellung

Es ist anzumerken, dass in diesen sieben Staaten 62 % der brasilianischen Bevölkerung leben, was etwa 131,5 Mio. Einwohnern entspricht.

3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb

Die folgenden beiden Behörden kontrollieren Lebensmittelprodukte in Brasilien:

- Nationale Behörde für Gesundheitsüberwachung (Anvisa)
- Ministerium für Landwirtschaft, Viehzucht und Lebensmittelversorgung (MAPA)

Die in dieser Studie gegenständlichen Kategorien sind bei der Anvisa von der Registrierungspflicht ausgenommen und werden durch folgenden Code gekennzeichnet:

- Zuckerwaren: 4300167
- Schokoladen: 4100166
- Knabberartikel: 4200098
- Backwaren: 4300151
- Cerealien: 4300151
- Speiseeis: 4200012

Trotz der Befreiung der Registrierungspflicht für das Produkt bei der Anvisa muss das Lebensmittel importierende bzw. verteilende Unternehmen einen zuständigen technischen Leiter angeben, das Handbuch für Lebensmittelverfahren nutzen und eine Betriebsgenehmigung für die Einfuhr und Vermarktung der jeweiligen Lebensmittel erhalten.

In Bezug auf Nahrungsmittel beschäftigt sich das MAPA mit der Regulierung landwirtschaftlicher Produkte in natura und Produkten tierischen Ursprungs wie Fleisch, Milch, Eier, Honig und deren Derivate.

In diesen Fällen muss der Hersteller sich bei der Inspektionsbehörde für tierische Produkte (DIPOA) anmelden und bei der Ausfuhr nach Brasilien muss das exportierende Unternehmen bei der Inspektionsbehörde die von der zuständigen Dienststelle in Deutschland herausgegebene amtliche Gesundheitsbescheinigung angeben. Diese Bescheinigung muss die Rechtsvorschriften zur Kennzeichnung (Verpackungsgesetz) einhalten, wobei die folgenden Daten angefordert werden:

- Lebensmittelverkaufsbezeichnung
- Liste der Zutaten, Inhalts- und flüssigen Inhaltsstoffe
- Herkunftsangaben

- Identifizierung des brasilianischen Importeurs und dessen Registrierung im MAPA
- Chargenverfolgung
- Ablaufdatum
- Anweisungen für die hauptsächliche Verwendung und Zubereitung durch den Verbraucher

Der brasilianische Importeur muss ordnungsgemäß im MAPA registriert sein und seine Daten auf den Produktetiketten angeben.

Es ist zu beachten, dass ab dem Jahr 2022 bei Nahrungsmitteln mit einem hohen Gehalt an Natrium, Zucker und gesättigten Fettsäuren dies auf dem Etikett angegeben werden muss.

4. Die Süßwarenindustrie

4.1 Kurze Einführung in den Markt

Der brasilianische Süßwarenmarkt beinhaltet drei Segmente mit folgenden Produkten:

- Schokolade (Schokoladen in Schachteln, Tafel-Schokolade, Schokoladenriegel, saisonale Schokolade, Schokolade in Tüten, Schokolade mit Spielzeug und weitere Schokoladenerzeugnisse)
- Zuckerprodukte/Konditoreiwaren (Bonbons, Pastillen, Gelees, Karamellbonbons, Lutscher, gesundheitsfördernde Zuckerwaren, Minzeprodukte, Nougat und andere zuckerhaltige Produkte)
- Kaugummis

Im Jahr 2019 belief sich der brasilianische Süßwarenkonsum auf 5,16 Mrd. USD und unter Berücksichtigung des Zeitraums 2015 – 2019 lag die jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate – CAGR) bei 1,2 %.

Aufgrund der Auswirkungen von Covid-19 auf die Wirtschaft wird für 2020 eine Verminderung des Süßwarenkonsums um 2 % veranschlagt. Im Jahr 2021 wird jedoch mit einem geschätzten Wachstum von 4 % auf 5,26 Mrd. USD gerechnet.

Im Jahr 2019 entsprach die Schokoladenbranche 56 % des Verzehrs der gesamten Süßwarenindustrie und wurde von vier Unternehmen mit 70,7 % Marktanteil beherrscht: Mondelez, Nestlé, Cacau Show und Chocolates Garoto.

Der Anteil der konsumierten Zuckerwaren betrug 29 % des Süßwarenmarktes und im Gegensatz zur Schokoladenbranche, sind die Marktanteile des Zuckerwaren-Angebots in Brasilien gleichmäßiger verteilt. Die sechs größten Hersteller besitzen 45,4 % des Marktes: Arcor, Dori, Mondelez, Florestal Alimentos, Perfetti Van Melle und Ferrero.

Das Kaugummisegment mit einem Verbrauch von 773,4 Mio. USD konzentriert 15 % des Süßwarenverbrauchs, wobei Mondelez allein 80 % des Marktes ausmacht, gefolgt von Perfetti Van Melle und Arcor mit jeweils 8,2 % und 5,1 % des Marktes.

4.2 Überblick über die lokale Produktion

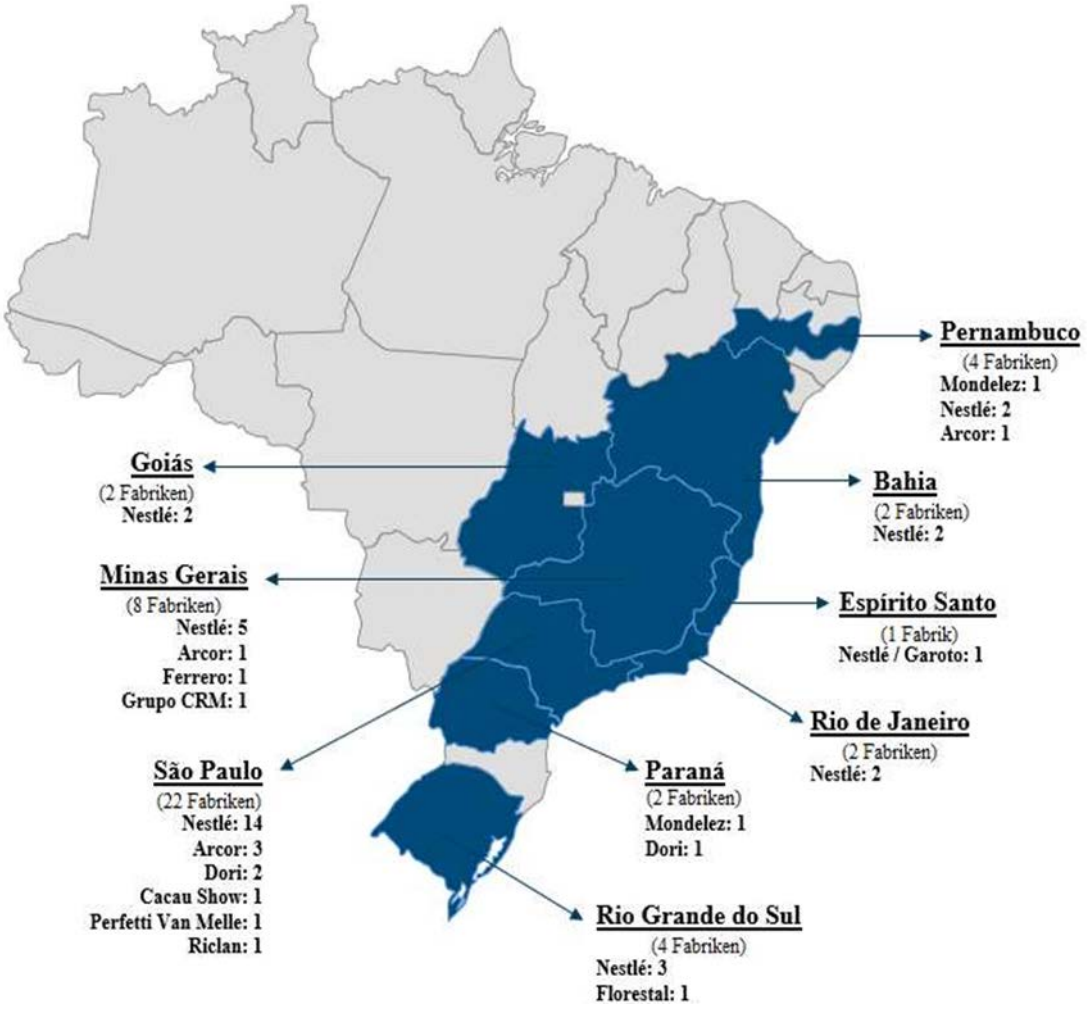


Abbildung 10: Standorte der wichtigsten Süßwarenhersteller in Brasilien

Quelle: eigene Darstellung

Nestlé verfügt über 31 Produktionseinheiten in acht Bundesstaaten und vier Regionen Brasiliens, die unter anderem Süßwaren, süße Kekse, Cerealien und Eiscreme herstellen. Mondelez, der Marktführer, verfügt über zwei Einheiten, eine in der Südregion und eine weitere in der Nordostregion des Landes.

4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 betrug der Konsum von Süßwaren 557,6 Tsd. t und 5,16 Mrd. USD, was wertmäßig einer Abnahme von 1,2 % im Vergleich zum Jahr 2018 entspricht.

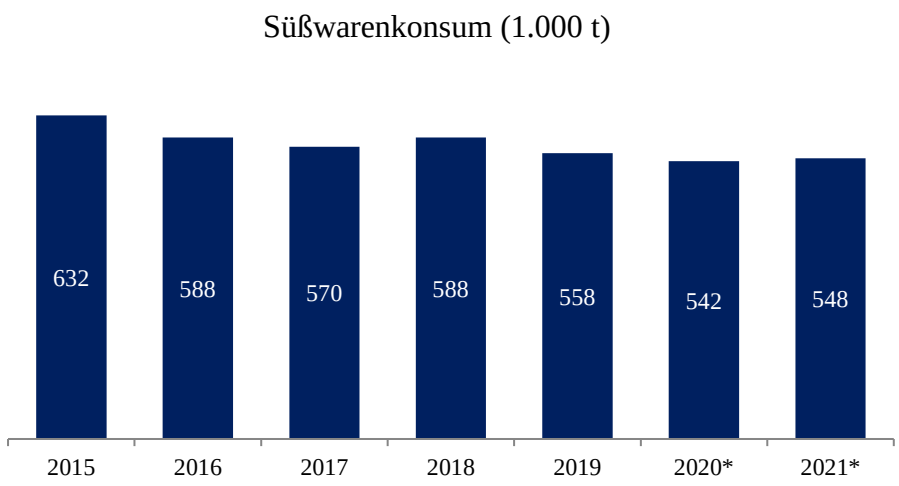


Abbildung 11: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

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

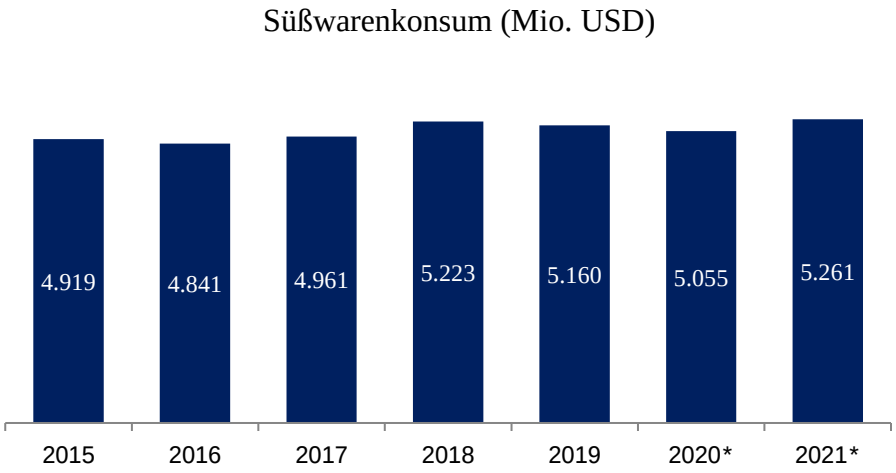


Abbildung 12: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

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

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

Jahr	Schokolade		Zuckerwaren		Kaugummi	
	t (Tsd.)	USD (Mio.)	t (Tsd.)	USD (Mio.)	t (Tsd.)	USD (Mio.)
2015	297,0	2.651,0	288,2	1.490,6	46,7	777,5
2016	272,5	2.527,8	270,6	1.499,5	45,2	813,4
2017	266,7	2.607,2	259,8	1.515,6	43,9	837,9
2018	295,5	2.887,2	253,8	1.542,1	39,0	794,1
2019	283,4	2.895,4	238,9	1.490,8	35,3	773,4
2020*	279,4	2.814,0	232,2	1.518,0	30,6	723,1
2021*	290,2	3.033,3	227,7	1.503,1	30,1	724,6

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

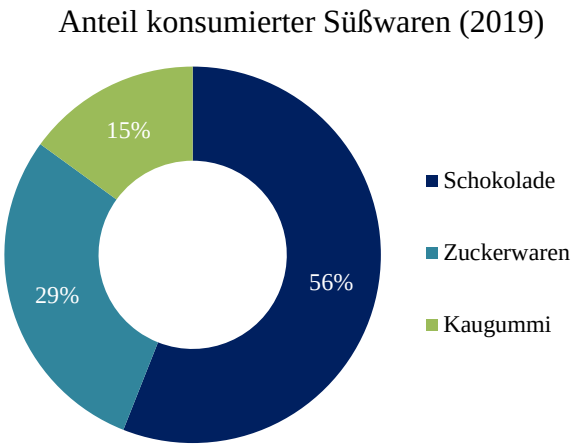


Abbildung 13: Anteil konsumierter Süßwaren (2019)

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

Während des Zeitraums 2015 – 2020 sind die Durchschnittspreise von 13 % (Schokoladen) und auf 42 % (Kaugummi) im Einzelhandel erheblich gestiegen.

Für das Jahr 2020 wird ein Anstieg des Kaugummipreises um 8 % geschätzt, wobei sich dieses Segment stark auf ein Unternehmen (Mondelez) konzentriert. Bezüglich der Zuckerwaren wird ein Anstieg um etwa 5 %, für Schokolade hingegen ein Rückgang um 1 % erwartet.

Im Jahr 2019 machte Schokolade 56 % des gesamten Süßwarenverbrauchs aus. Für das Jahr 2021 wird dieser Anteil auf 58 % geschätzt. Für den gleichen Zeitraum wird hingegen angenommen, dass der Kaugummikonsum von 15 % auf 13 % sinken wird.

Tabelle 5: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro t (im Zeitraum 2015 – 2020)

Jahr	Schokolade (USD/t)	Zuckerwaren (USD/t)	Kaugummi (USD/t)
2015	8.926	5.172	16.649
2016	9.276	5.541	17.995
2017	9.776	5.834	19.087
2018	9.771	6.076	20.361
2019	10.217	6.240	21.909
2020*	10.071	6.537	23.632

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

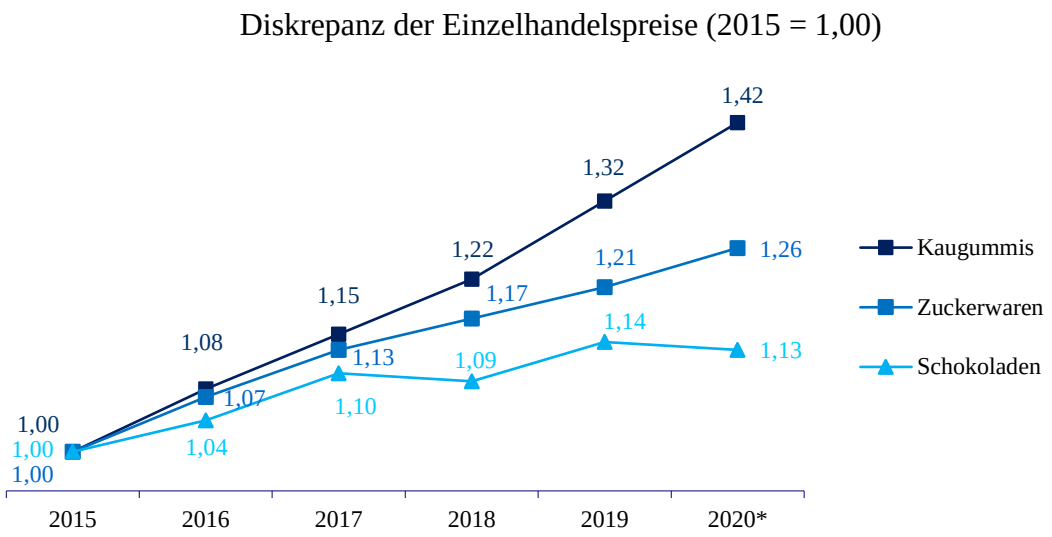


Abbildung 14: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

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

4.3.1 Schokoladenwaren

Über 60 % des Schokoladenkonsums konzentriert sich auf zwei Unterkategorien, nämlich auf Schokolade in Schachteln und in Tafeln. Die Schokoladenriegel liegen an dritter Stelle und verfügen über 15 % Marktanteil. Im Jahr 2020 wird für diese Kategorie ein Zuwachs des Konsums auf 17 % erwartet.

Tabelle 6: Segmentierung des Schokoladenverbrauchs (2019)

Kategorie	%
Verschiedene Schokoladen in Schachteln	36,1
Tafelschokoladen	25,7
Schokoladenriegel (Countline)	15,1
Saisonale Schokoladen	13,3
Schokolade mit Spielzeug	5,5
Schokoladen in Tüten	2,3
Weitere Schokoladenprodukte	2,0
Total	100

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

Die auf Lebensmittel, Getränke und Tabakwaren spezialisierten Einzelhändler konzentrieren etwa ein Viertel des Schokoladenverkaufs in Brasilien. Aufgrund der Auswirkungen von Covid-19 ist zu erwarten, dass dieser Anteil bis Ende 2020 auf 19 % sinkt.

Verhältnisweise machten Lebensmitteleinzelhändler (in dieser Studie als Einzelhändler oder Supermarkt bezeichnet) und Verbrauchermärkte/Hypermärkte im Jahr 2019 37 % des Umsatzes, ein Anteil, der bis Ende 2020 schätzungsweise auf 38 % wachsen wird.

Der E-Commerce-Umsatz betrug vor der Pandemie 0,6 % der Schokoladenverkäufe. Aufgrund der Reisebeschränkungen/Ausgangssperren wird für das Jahr 2020 ein Anstieg auf 3,7 % des Umsatzes veranschlagt.

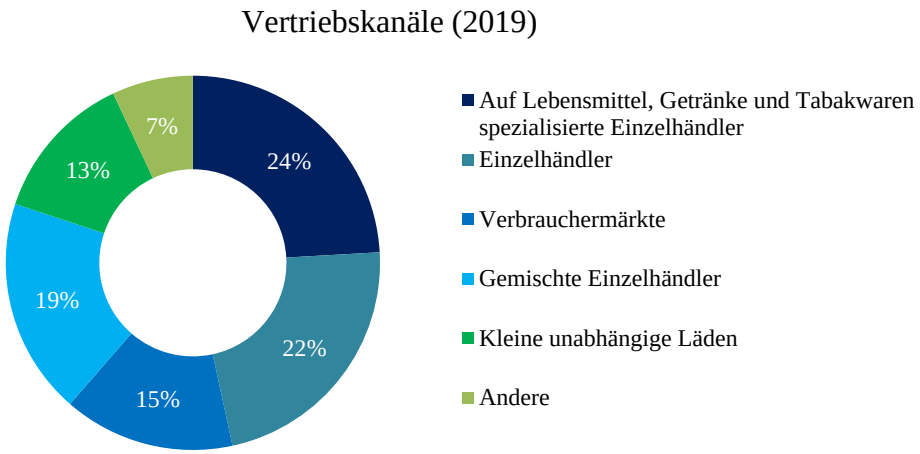


Abbildung 15: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

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

Tabelle 7: Verkaufspreise unterschiedlicher Schokoladensorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Trufa 30 g Cacau Show	Cacau Show	Cacau Show	0,54
	Garotices 250 g Garoto	Chocolates Garoto Grupo Nestlé	Big	1,74
			Carrefour	1,76
			Pão de Açúcar	1,76
	Bis 126 g	Mondelez	Big	0,81
			Carrefour	1,05
			Pão de Açúcar	0,98
	Favoritos 250 g Lacta	Mondelez	Big	1,81
			Carrefour	2,04
			Pão de Açúcar	$ 1,85
	Especialidades 251 g Nestlé	Nestlé	Big	–
			Carrefour	3,11
			Pão de Açúcar	1,85
	Nhá Benta 90 g Kopenhagen	Grupo CRM	Kopenhagen	5,72

Quelle: eigene Darstellung

4.3.2 Zuckerwaren

Pastillen, Gelees und Bonbons entsprachen im Jahr 2019 28 % des gesamten Verbrauchs zuckerhaltiger Produkte in Brasilien. Dieser Prozentsatz sollte bis zum Jahr 2021 konstant bleiben. An zweiter Stelle konsumierter Zuckerzeugnisse stehen die Arzneimittelbonbons, die 2019 18,7 % entsprachen und bis zum Jahr 2020 auf 20 % Marktanteil steigen werden.

Tabelle 8: Segmentierung des Zuckerwarenverbrauchs (2019)

Kategorie	%
Pastillen, Gelees und Bonbons	27,9
gesundheitsfördernde Zuckerwaren	18,7
Lutscher	16,2
Minzeprodukte	13,9
harte Süßigkeiten (Boiled sweets)	10,7
Karamellbonbons und Nougats	9,8
Andere	2,8
Total	100

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

Auf den Lebensmittel-, Getränke- und Tabakwareneinzelhandel entfallen 20 % der Verkäufe von Zuckerprodukten. Auf Einzelhändler und Verbrauchermärkte entfallen 32 %. Für das Jahr 2020 sollten die Prozentsätze konstant bleiben

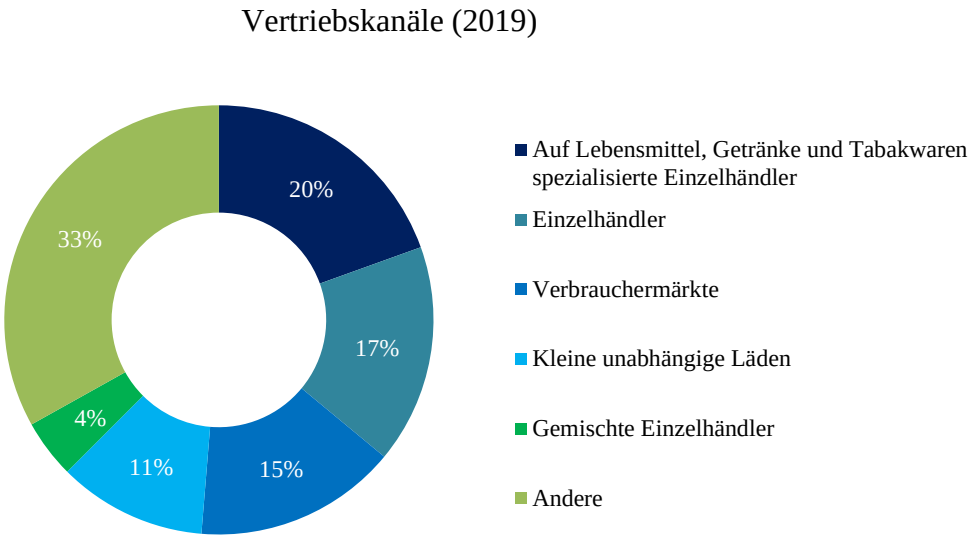


Abbildung 16: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

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

Tabelle 9: Verkaufspreise unterschiedlicher Zuckerwarensorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	7Belo 150 g	Arcor	Big	0,71
			Carrefour	0,82
			Pão de Açúcar	0,82
	Yogurte 100 150 g	Dori	Big	0,66
			Carrefour	0,57
			Pão de Açúcar	0,77
	Halls 82,5 g	Mondelez	Big	0,74
			Carrefour	0,78
			Pão de Açúcar	0,92
	Flopito 500 g	Florestal Alimentos	Doces Malu	1,54
	Mentos Tutti Frutti 38 g	Perfetti Van Melle	Big	0,35
			Carrefour	0,33
			Pão de Açúcar	0,46
	Tic Tac 16 g	Ferrero do Brasil	Big	0,35
			Carrefour	–
			Pão de Açúcar	0,46

Quelle: eigene Darstellung

4.3.3 Kaugummiwaren

Der Kaugummiverbrauch ist in der Kategorie der Süßwaren mit einem Anteil von 15 % am Gesamtverbrauch am wenigsten repräsentativ. Das Angebot ist stark auf die Firma Mondelez konzentriert, die 80 % des Marktes hält.

40 % der Verkäufe erfolgen über unabhängige Geschäfte und gemischte Einzelhändler, die auf Lebensmittel, Getränke und Tabakwaren spezialisiert sind. Supermärkte und Hypermärkte konzentrieren 20 % des Umsatzes, was einem niedrigeren Prozentsatz im Vergleich zu den anderen in dieser Studie analysierten Segmenten entspricht.

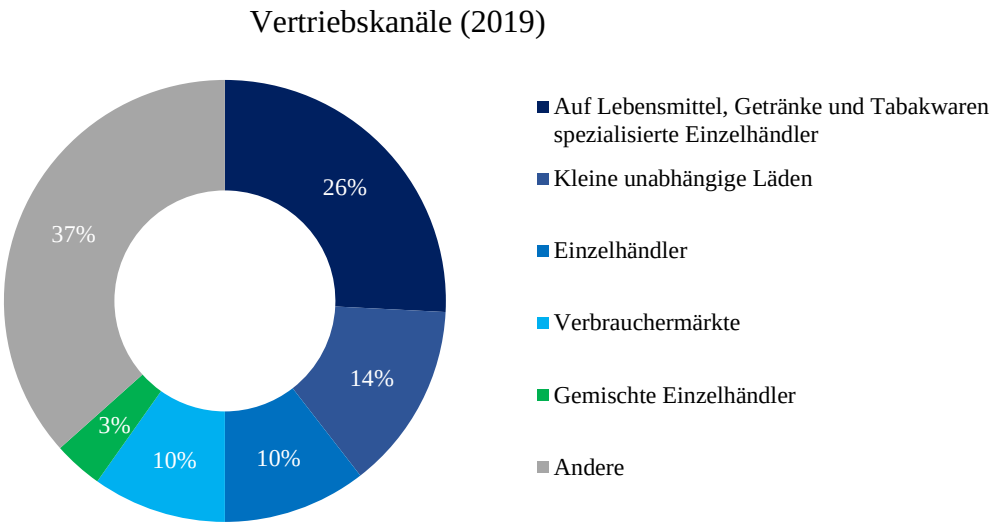


Abbildung 17: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

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

Tabelle 10: Verkaufspreise unterschiedlicher Kaugummisorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Trident 8 g	Mondelez	Big	0,33
			Carrefour	0,32
			Pão de Açúcar	0,41
	Bubbaloo 50 g	Mondelez	Big	0,41
			Carrefour	0,42
			Pão de Açúcar	0,42

	Mentos Pure Fresh 56 g	Perfetti Van Melle	Big	2,04
			Carrefour	2,67
			Pão de Açúcar	2,46
	Big Big 350 g	Arcor	Doces Malu	1,36
	Poosh 200 g	Arcor	Doces Malu	0,87
	Buzzy 400 g	Riclan	Doces Malu	1,10

Quelle: eigene Darstellung

4.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die Schokoladenimporte auf 139,1 Mio. USD, was einem Rückgang um 17 % gegenüber dem Jahr 2018 entspricht. Angesichts eines Exportwerts von 102,2 Mio. USD betrug das Handelsdefizit jedoch 36,9 Mio. USD.

In Bezug auf Zuckerprodukte importierte Brasilien allerdings im Jahr 2019 Waren im Wert von insgesamt 25,9 Mio. USD und exportierte Waren im Wert von 143 Mio. USD, was einen Überschuss von 117 Mio. USD bedeutet.

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	170.882	90.863	39.742	129.410
2016	106.418	92.932	26.908	138.278
2017	146.361	96.978	30.388	140.165
2018	167.813	160.241	29.298	131.846
2019	139.113	102.249	25.906	142.994

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Im Jahr 2019 rangiert Deutschland in Bezug auf den Schokoladenexport nach Brasilien auf dem sechsten Platz der größten Schokoladenexporteure mit einem Wert von 10,8 Mio. USD. Argentinien war mit 28 % des importierten Wertes in Brasilien als der Top - Schokoladenexporteur. Italien belegte die zweite Stelle mit 11 % des brasilianischen Imports und war somit der größte europäische Lieferant.

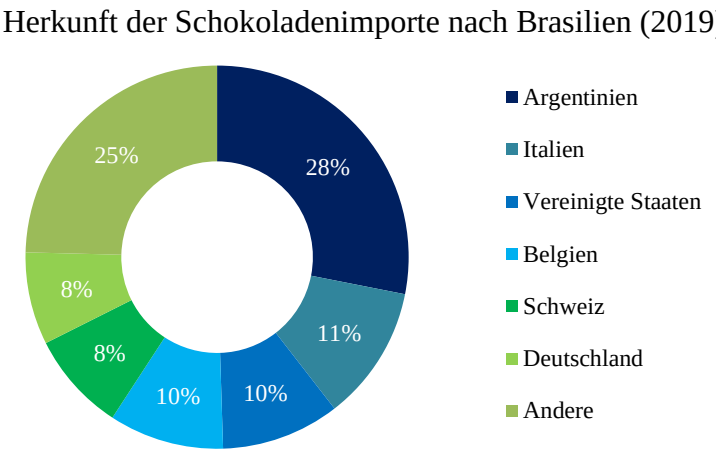


Abbildung 18: Herkunft der Schokoladenimporte nach Brasilien – HS-Code 1806 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Deutschland war mit einem Wert von 1,4 Mio. USD der fünftgrößte Exporteur von zuckerhaltigen Produkten nach Brasilien. Ecuador belegte mit 6,9 Mio. USD den ersten Platz, gefolgt von China mit 4,5 Mio. USD.

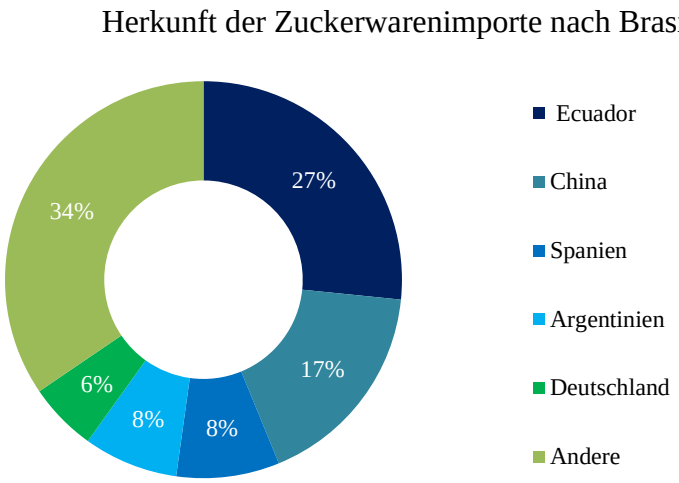


Abbildung 19: Herkunft der Zuckerwarenimporte (auf Zuckerbasis) nach Brasilien – HS-Code 1704 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Bezüglich der Schokoladenexporte aus Brasilien gingen im Jahr 2019 71 % der gesamten Exporte in sechs Länder, alle in Lateinamerika. Argentinien war mit 24 % und einem Wert von 24,7 Mio. USD der Hauptimporteur brasilianischer Schokolade.

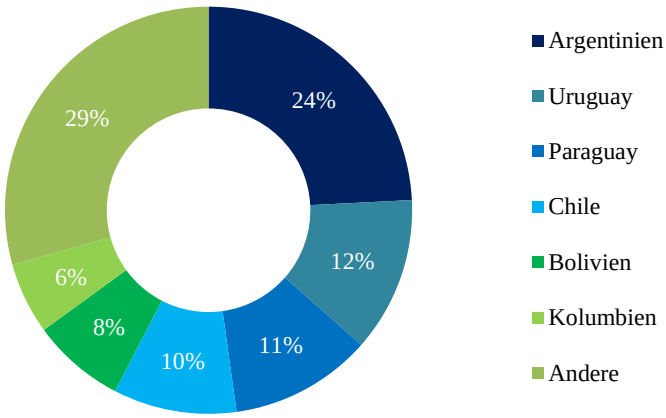


Abbildung 20: Zielorte der Schokoladenexporte aus Brasilien – HS-Code 1806 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Bei brasilianischen Zuckerprodukten sind die Vereinigten Staaten mit 36,7 Mio. USD der größte Importeur. Paraguay und Argentinien liegen mit 14,1 Mio. USD bzw. 9,2 Mio. USD an zweiter und dritter Stelle.

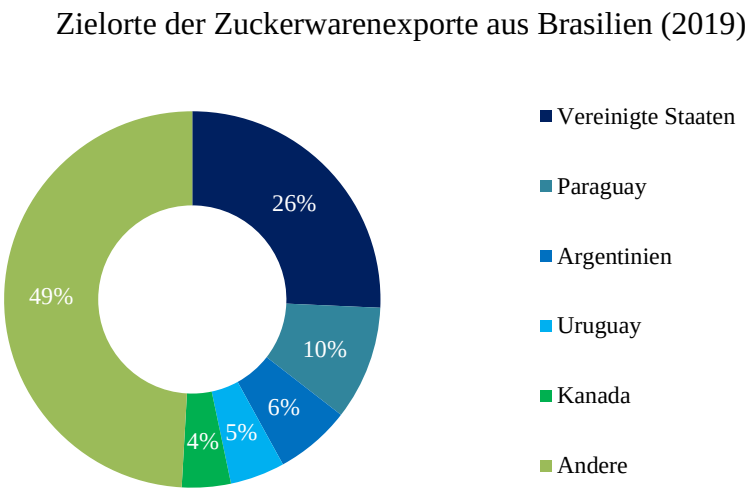


Abbildung 21: Zielorte der Zuckerwarenexporte (auf Zuckerbasis) aus Brasilien – HS-Code 1704 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

4.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Schokoladensegment besitzen vier Unternehmen 70 % des Umsatzes. Mondelez ist Marktführer mit rund 25 % Marktanteil. Außerdem ist die Firma die erste im Kaugummisegment, in dem sie 80 % des Marktes konzentriert. Ihre bedeutendsten Marken sind „Trident“ und „Bubbaloo“, die 72,9 % bzw. 3,9 % halten. Schließlich ist das Segment der Zuckerprodukte gleichmäßiger verteilt, in dem die drei führenden Unternehmen weniger als 30 % des Marktes auf sich vereinigen.

Tabelle 12: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Schokoladen		Zuckerwaren		Kaugummi	
Unternehmen	**%**	**Unternehmen**	**%**	**Unternehmen**	**%**
Mondelez	24,8	Arcor	11,7	Mondelez	80,3
Cacau Show	16,8	Dori	9,8	Perfetti V. Melle	8,2
Nestlé	15,6	Mondelez	7,8	Arcor	5,1
Chocolates Garoto	13,5	Florestal *Alim.*	6,4	Riclan	2,3
Grupo CRM	5,7	Perfetti V. Melle	5,0	–	–
Ferrero	5,6	Ferrero	4,7	–	–
Andere	18,0	Andere	54,6	Andere	4,1

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

Tabelle 13: Marktanteil nach Marke (2019)

Schokoladen		Zuckerwaren		Kaugummi	
Marke (Firma)	**%**	**Marke (Firma)**	**%**	**Marke (Firma)**	**%**
Cacau Show (Cacau Show)	16,8	Halls (Mondelez)	7,8	Trident (Mondelez)	72,9
Garoto (Chocolates Garoto/Nestlé)	6,9	Arcor (Arcor)	6,4	Mentos (Perfetti Van Melle))	8,2
Bis (Mondelez)	5,9	Tic Tac (Ferrero)	4,7	Bubbaloo (Mondelez)	3,9
Lacta (Mondelez)	5,6	Yougurte 100 (Dori)	4,2	Big Big (Arcor)	2,6
Especialidades (Nestlé)	4,1	Mentos (Perfetti Van Melle)	3,6	Buzzy (Riclan)	2,3
Sonho de Valsa (Mondelez)	4,0	Flopito (Florestal Alimentos)	3,6	Chiclets (Mondelez)	2,1
Kopenhagen (Grupo CRM)	3,7	–	–	Poosh! (Arcor)	1,3
Andere	53,0	Andere	69,7	Andere	6,7

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

4.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

4.6.1 Mondelez

- Website: br.mondelezinternational.com
- Zwei Produktionsstätten: (1) Paraná und (1) Pernambuco.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokoladen, Schokoladenriegel, Verschiedene Schokoladen in Schachteln, saisonale Schokoladen, Kaugummis, harte Süßigkeiten u. a.
- Marken: Bis, Lacta, Diamante Negro, Ouro Branco, Sonho de Valsa, Halls, Trident, Bubbaloo u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Kaugummis, Schoko- und Zuckerwaren): 1,45 Mrd. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Schokoladen 24,8 %, Zuckerwaren 7,8 % und Kaugummis 80,3 %.

4.6.2 Cacau Show

- Website: www.cacaushow.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) São Paulo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokoladen, Schokoladenriegel, Schokoladen in Tüten, verschiedene Schokoladen in Schachteln, saisonale Schokoladen u. a.
- Marken: Cacau Show.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Schokoladen): 486,4 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Schokoladen 16,8 %.

4.6.3 Nestlé

- Website: www.nestle.com.br
- 31 Produktionsstätten: (14) São Paulo, (5) Minas Gerais, (3) Rio Grande do Sul, (2) Bahia, (2) Goiás, (2) Pernambuco, (2) Rio de Janeiro (1) Espírito Santo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokoladen, Schokoladenriegel, verschiedene Schokoladen in Schachteln, saisonale Schokoladen u. a.
- Marken: Alpino, Crunch, Especialidades, Galak, Garoto, Kit Kat, Prestígio, Suflair, Talento u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Schokoladen): 451,7 Mio. USD.

- Marktanteil im Jahr 2019: Schokoladen 15,6 %.

4.6.4 Chocolates Garoto (*Grupo* Nestlé)

- Website: www.garoto.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) Espírito Santo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokoladen, Schokoladenriegel, verschiedene Schokoladen in Schachteln u. a.
- Marken: Baton, Caribe, Garoto, Serenata do Amor, Talento u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Schokoladen): 390,9 Mio. USD
- Marktanteil im Jahr 2019: Schokoladen 13,5 %.

4.6.5 Ferrero

- Website: www.ferrero.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) Minas Gerais.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Schokoladenriegel, Schokoladen mit Spielzeug, Bonbons u. a.
- Marken: Kinder, Nutella, Ferrero, Raffaello, Tic-tac u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Schoko- und Zuckerwaren): 232 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Schokoladen 5,6 % und Zuckerwaren 4,7 %.

4.6.6 Arcor

- Website: www.arcor.com.br
- Fünf Produktionsstätten: (3) São Paulo, (1) Minas Gerais und (1) Pernambuco.
- Wichtige Produkte der Kategorie: Tafelschokoladen, Schokoladenriegel, Schokoladen in Tüten, Kaugummis, Bonbons, Lutscher, Minzeprodukte, harte Süßigkeiten, Karamellbonbons u. a.
- Marken: 7Belo, Big Big, Butter Toffees, Bolin Frutas, Flics, Kid's, Plutonita, Poosh, Rocklets, Snack, Topline, Tortuguita u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Schokoladen, Zuckerwaren, Kaugummi): 277,5 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Schokoladen 2,2 %, Zuckerwaren 1,7 % und Kaugummi 5,1 %.

4.6.7 Grupo CRM

- Website: www.kopenhagen.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) Minas Gerais.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokoladen, Schokoladenriegel, Schokoladen in Tüten, verschiedene Schokoladen in Schachteln, saisonale Schokoladen u. a.
- Marken: Kopenhagen und Cacau Brasil.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Schokoladen): 165 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Schokoladen 5,7 %.

4.6.8 Dori

- Website: www.dori.com.br
- ´Drei Produktionsstätten: (2) São Paulo und (1) Paraná.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Bonbons, Kaubonbons, Lutscher u. a.
- Marken: Bolete, Chococandy, Deliket, Disqueti, Gomets, Yogurte 100 u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Zuckerwaren): 146,1 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Zuckerwaren 9,8 %.

4.6.9 Perfetti Van Melle

- Website: www.perfettivanmelle.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) São Paulo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Bonbons, Kaugummis, Lutscher u. a.
- Marken: Chupa Chups, Fruittella, Happydent, Mentos u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Zuckerwaren und Kaugummis): 137,9 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Zuckerwaren 5 % und Kaugummis 8,2 %.

4.6.10 Florestal Alimentos

- Website: www.florestal.com.br

- Eine Produktionsstätte: (1) Rio Grande do Sul.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Bonbons, harte Süßigkeiten, Karamellbonbons, Lutscher, gesundheitsfördernde Zuckerwaren, Tafelschokoladen u. a.
- Marken: Balinhas do Coração, Cliss, iMint, Florestal, Flopito, Mint u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Zuckerwaren): 95,4 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019*:* Zuckerwaren 6,4 %.

4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Deutsche Produkte gelten auf dem brasilianischen Markt als qualitativ hochwertig. ▪ Deutschland gehört zu den sechs Hauptexporteuren von Süßwaren nach Brasilien.	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Brasilien zu vermarkten. ▪ Hohe Preise deutscher Produkte, die auf eine kleine Verbrauchergruppe abzielen könnten.
Chancen	**Risiken**
▪ Für 2021 wird ein Wachstum des Süßwarenkonsums auf 5,26 Mrd. USD geschätzt. ▪ Zunahme des Konsums gesunder Produkte (z. B. zuckerfrei).	▪ Wettbewerbsfähiger Markt mit starken internationalen Konkurrenten, die in Brasilien etabliert sind. ▪ Abwertung des BRL 2020 gegenüber dem Euro um etwa 31 %.

Abbildung 22: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Für das Jahr 2021 wird ein Anstieg des brasilianischen Süßwarenkonsums um schätzungsweise 4 % prognostiziert und der Konsum von Produkten mit gesundem Anspruch gewinnt auf dem Binnenmarkt immer mehr an Bedeutung. Die Nachfrage dieses Sektors ist stark auf Schokolade konzentriert und Deutschland ist der sechstgrößte Exporteur dieser Produkte nach Brasilien. Trotz günstiger Marktbedingungen betrug die Abwertung der brasilianischen Währung gegenüber dem Euro zwischen Januar und September 2020 etwa 31 %, wodurch importierte Produkte weniger wettbewerbsfähig wurden.

Um deutsche Süßwaren in den brasilianischen 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 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 brasilianische Knabberartikelmarkt beinhaltet folgende Produkte:

- salzige Snacks (Kartoffelchips, Tortillachips u. a.)
- salzige Kekse und Salzgebäck
- Erd- und Edelnüsse, Samen, Studentenfutter, Nussmischungen
- Popcorn

Im Jahr 2019 betrug der brasilianische Verbrauch von Knabberartikeln 2,95 Mrd. USD und im Zeitraum 2015 – 2019 betrug die CAGR 5,2 %.

Für das Jahr 2020 wird ein deutliches Nachfragewachstum auf 7,7 % geschätzt, das bei 3,18 Mrd. USD liegen dürfte. Für das Jahr 2021 wird dagegen ein bescheideneres Wachstum von etwa 3 % veranschlagt.

Das Segment der herzhaften Snacks und Salzgebäck konzentriert sich auf 42,8 % bzw. 39,8 % des Gesamtverbrauchs des Sektors. PepsiCo ist mit 31,9 % Marktanteil Marktführer, gefolgt von der brasilianischen Firma M. Dias Branco mit 8,4 %.

Im Jahr 2019 ist der Durchschnittspreis für Knabberartikel im Vergleich zum Jahr 2018 um 6,1 % gestiegen und für das Jahr 2020 wird ein Anstieg um 7,5 % geschätzt.

5.2 Überblick über die lokale Produktion

Die brasilianische Knabberartikel-Produktion findet in verschiedenen Bundesstaaten und Regionen des Landes statt. Unter Berücksichtigung der Produktionseinheiten der führenden Unternehmen wurden 35 Produktionsstätten identifiziert, wobei die repräsentativsten Staaten São Paulo (7), Pernambuco (5) und Paraná (4) sind.

Mit 15 Produktionseinheiten in Brasilien ist M Dias Branco das Unternehmen mit der größten Anzahl von Fabriken in Brasilien, von denen acht in der nordöstlichen Region konzentriert sind.

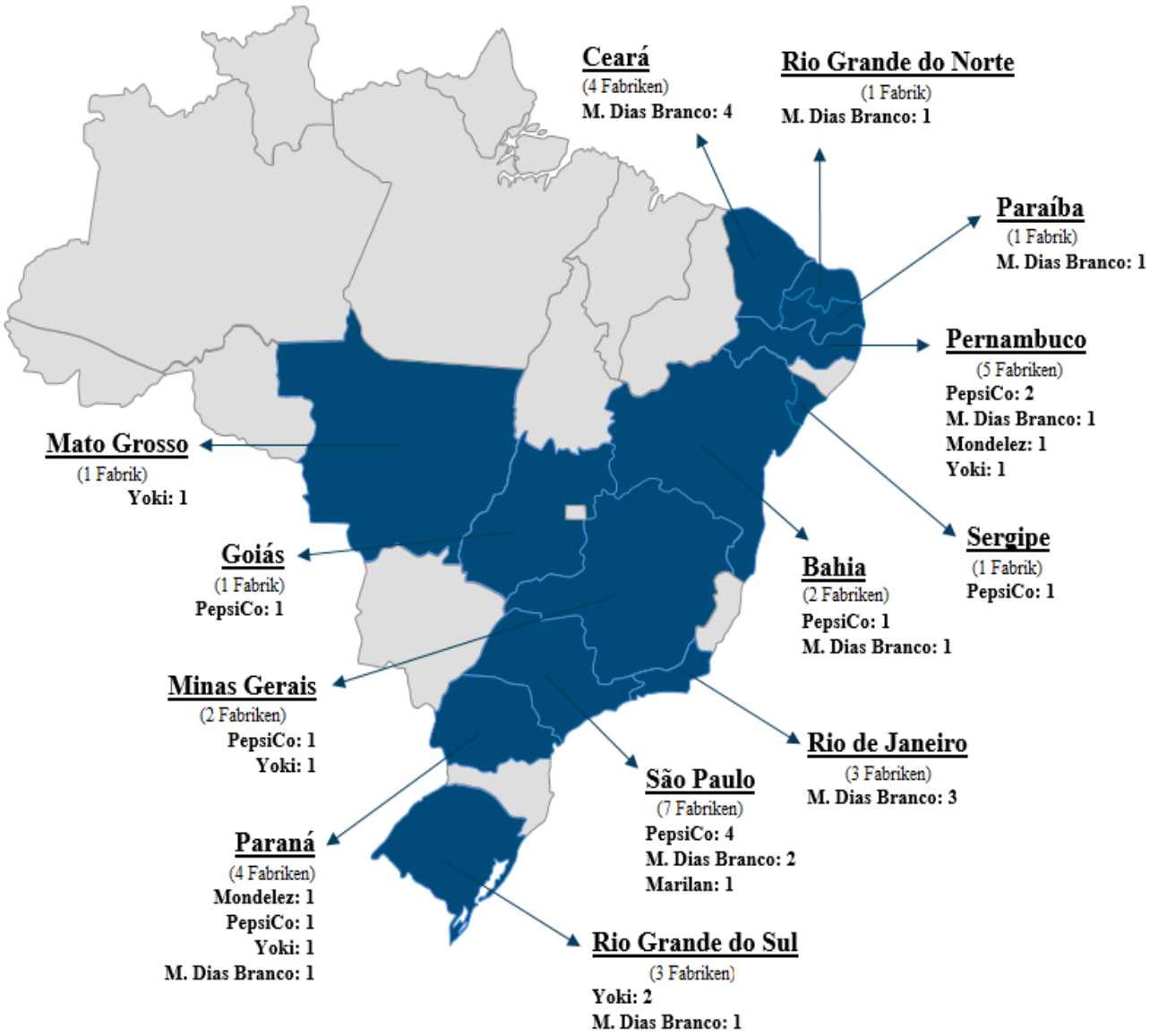


Abbildung 23: Standorte der wichtigsten Knabberartikelhersteller in Brasilien

Quelle: eigene Darstellung

5.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 verbrauchte Brasilien 623 Tsd. t von Knabberartikeln, 2,5 % weniger als im Jahr 2018.

Wertmäßig wuchs dennoch die Nachfrage im gleichen Zeitraum um 3,3 % und für den Zweijahreszeitraum 2020 – 2021 wird eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von etwa 5 % prognostiziert.

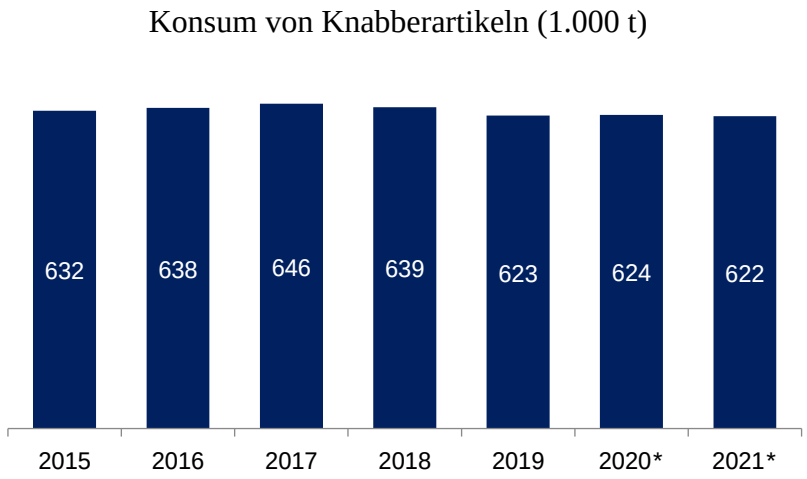


Abbildung 24: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

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

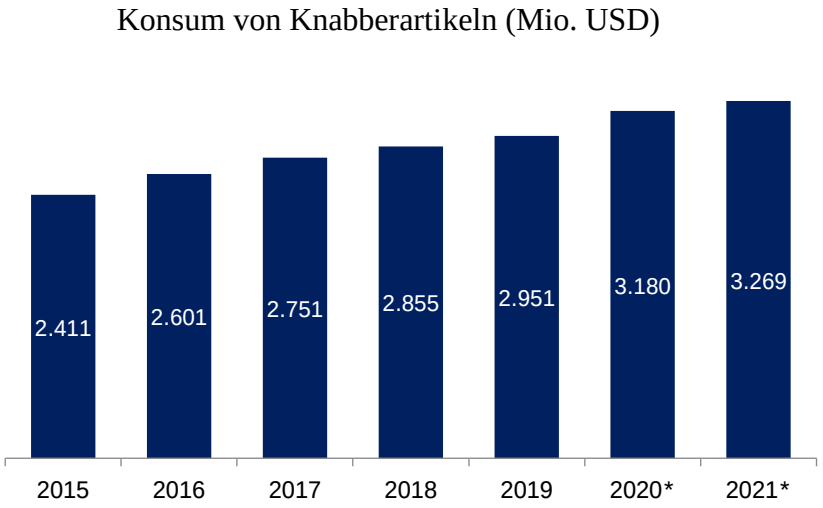


Abbildung 25: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

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

Die Unterkategorie der salzigen Snacks und der salzigen Kekse sind mit über 80 % des Segments die beliebtesten Knarbberartikel in Brasilien. Beide Kategorien belegen die erste und zweite Stelle der am häufigsten konsumierten Knabberprodukte. Dies lässt sich in Tabelle 14 zeigen.

Diese Anteile werden laut Prognosen im Jahr 2020 beibehalten.

Tabelle 14: Segmentierung des Knabberartikelkonsums (2019)

Kategorie	%
salzige Snacks	42,8
salzige Kekse	39,8
Nüsse und Nussmischungen	14,0
Popcorn	3,3
Andere	0,1
Total	100

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

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

Jahr	Durchschnittspreis (USD/t)
2015	3.813,2
2016	4.077,1
2017	4.256,4
2018	4.466,8
2019	4.740,5
2020*	5.098,0

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

Im Jahr 2019 betrug der Verkaufspreis für eine Tonne Knabberprodukte 4,7 Tsd. USD, was einem Anstieg von 6,1 % gegenüber dem Jahr 2018 entspricht. Für das Jahr 2020 wird eine Steigerung der Preise um 7,5 % erwartet, die auch durch die Aufwertung des Dollars gegenüber der brasilianischen Währung bedingt ist, welche die Rohstoffkosten erhöht.

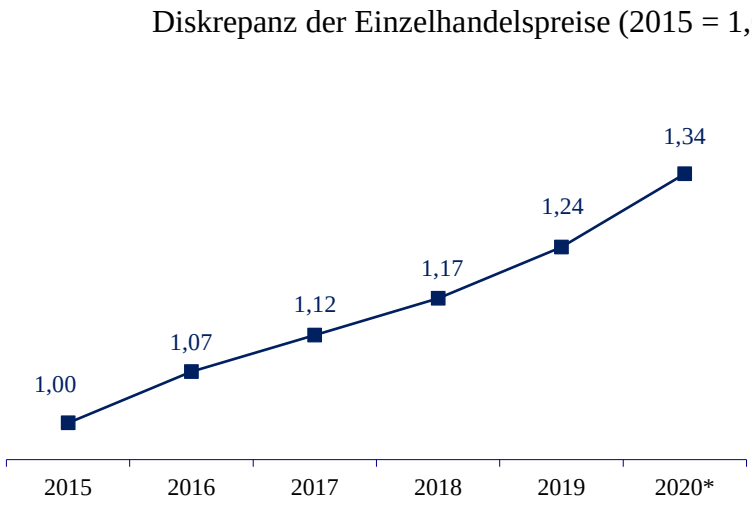


Abbildung 26: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

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

Von den gesamten Knabberprodukt-Verkäufen entfielen 27 % im Jahr 2019 auf kleine unabhängige Läden. Dieser Kanal wird im Knabberartikelsegment nach dem Jahr 2017 einer Abnahme um 2 % des Umsatzes wieder stärker.

Zusammen haben Supermärkte und Verbrauchermärkte den gleichen Anteil von 27 % und bis zum Jahr 2020 wird mit einem geringen Anstieg auf 28 % gerechnet. Der elektronische Handel setzt sich mit einem unauffälligen Anteil von 0,3 % fort. Dennoch wird prognostiziert, dass er bis zum Jahr 2020 auf 0,6 % des Umsatzes ansteigen wird.

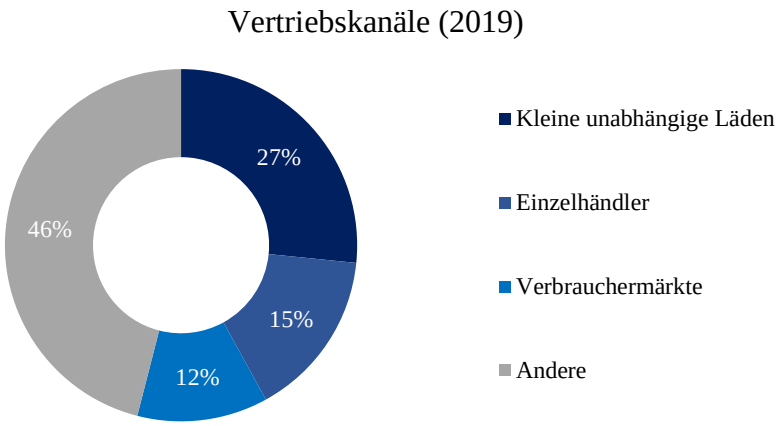


Abbildung 27: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

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

Tabelle 16: Verkaufspreise unterschiedlicher Knabberartikelsorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Fandangos 230 g	PepsiCo	Big	1,94
			Carrefour	1,94
			Pão de Açúcar	2,09
	Cheetos 140 g	PepsiCo	Big	1,19
			Carrefour	1,29
			Pão de Açúcar	1,28
	Ruffles 167 g	PepsiCo	Big	1,94
			Carrefour	1,94
			Pão de Açúcar	1,83
	Club Social 288 g	Mondelez	Big	1,11
			Carrefour	1,37
			Pão de Açúcar	1,28
	Marilan 400 g	Marilan	Big	0,83
			Carrefour	0,78
			Pão de Açúcar	0,78
	Yokitos 45 g	Yoki	Big	0,40
			Carrefour	0,48
			Pão de Açúcar	0,44

Quelle: eigene Darstellung

5.4 Überblick über Exporte und Importe

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

Jahr	Knabberartikel (HS- Code 200819)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	3.843	8.797
2016	2.621	9.396
2017	4.577	11.958
2018	15.072	11.341
2019	14.853	10.436

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Im Jahr 2019 beliefen sich die brasilianischen Importe von Knabberartikeln auf 14,8 Mio. USD, 1,5 % weniger als im Jahr 2018. In Anbetracht der Exporte von 10,4 Mio. USD weist das Land ein Handelsbilanzdefizit von 4,4 Mio. USD auf, ein Trend, der dem bis zum Jahr 2017 entgegengesetzt ist, als Brasilien einen Überschuss von 7,4 Mio. USD verzeichnete.

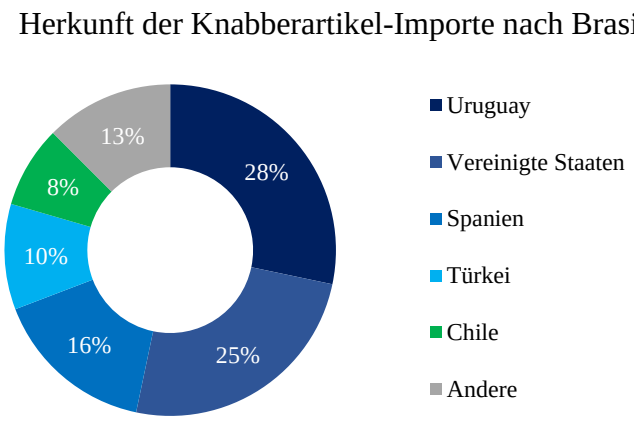


Abbildung 28: Herkunft der Knabberartikel-Importe nach Brasilien – HS-Code 200819 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Es werden keine Knabberartikel aus Deutschland nach Brasilien exportiert, während als europäisches Land Spanien mit 16 % der drittgrößte Exporteur ist. Uruguay und die Vereinigten Staaten sind die Top-Exporteure mit jeweils 28 % und 25 % der gesamten brasilianischen Importe.

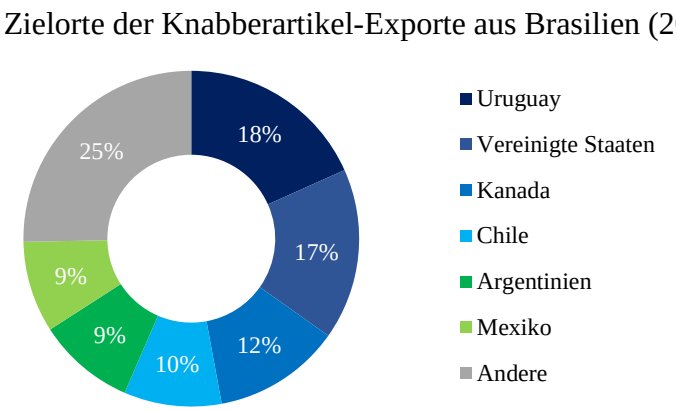


Abbildung 29: Zielorte der Knabberartikel-Exporte aus Brasilien – HS-Code 200819 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Sechs Länder importieren 75 % der gesamten Knabberartikel aus Brasilien, davon vier aus Lateinamerika und zwei aus Nordamerika. Das Nachbarland Uruguay ist mit 18 % mit einem Wert von 1,9 Mio. USD der Hauptimporteur brasilianischer Knabberprodukte.

5.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

In Brasilien beherrschen fünf Unternehmen 59,3 % des Marktes. Der multinationale Konzern PepsiCo (Vereinigte Staaten) ist mit 31,9 % Markführer. Die brasilianischen Unternehmen M. Dias Branco und Marilan belegen mit jeweils 8,4 % bzw. 6,7 % den zweiten und dritten Platz.

Tabelle 18: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Unternehmen	%
PepsiCo	31,9
M Dias Branco	8,4
Marilan Alimentos	6,7
Mondelez	6,2
Yoki Alimentos	6,1
Andere	40,7

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

Bezüglich der Marken sind die drei Marktführer Fandangos, Cheetos und Ruffles, die zusammen 22,4 % des Marktes halten und alle zu PepsiCo gehören. Die anderen Marken haben Marktanteile von jeweils unter 6 %.

Tabelle 19: Marktanteil nach Marke (2019)

Marke (Unternehmen)	%
Fandangos (PepsiCo)	9,1
Cheetos (PepsiCo)	6,7
Ruffles (PepsiCo)	6,6
Club Social (Mondelez)	5,9
Marilan (Marilan)	5,3
Yoki (Yoki)	4,7
Fortaleza (M Dias Branco)	3,2
Andere	58,5

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

5.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

5.6.1 PepsiCo

- Website: www.pepsico.com.br
- 11 Produktionsstätten: (4) São Paulo, (2) Pernambuco, (1) Bahia, (1) Goiás, (1) Minas Gerais, (1) Paraná und (1) Sergipe.
- Wichtige Produkte der Kategorie: salzige Snacks, salzige Kekse, Popcorn, Nussmischungen u. a.
- Marken: Doritos, Lay's, Ruffles, Cheetos, Sensações, Fandangos, Baconzitos, Cebolitos, Pingo d'Ouro, Cheetos Pipoca, Equilibir, Ovinhos, Torcida u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Knabberartikel): 941,5 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 31,9 %.

5.6.2 M. Dias Branco

- Website: www.mdiasbranco.com.br
- 15 Produktionsstätten: (4) Ceará, (3) Rio de Janeiro, (2) São Paulo, (1) Bahia, (1) Paraíba, (1) Paraná, (1) Pernambuco, (1) Rio Grande do Norte und (1) Rio Grande do Sul.
- Wichtige Produkte der Kategorie: salzige Snacks, salzige Kekse u. a.
- Marken: Delicitos, Estrela, Fortaleza, Piraquê, Richester, Salsitos u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Knabberartikel): 247,9 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 8,4 %.

5.6.3 Marilan Alimentos

- Website: www.marilan.com
- Eine Produktionsstätte: (1) São Paulo.
- Wichtige Produkte der Kategorie: salzige Kekse.
- Marken: Marilan und Pit Stop.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Knabberartikel): 197,8 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 6,7 %.

5.6.4 Mondelez

- Website: br.mondelezinternational.com
- Zwei Produktionsstätten: (1) Paraná und (1) Pernambuco.
- Wichtige Produkte der Kategorie: salzige Kekse.
- Marken: Bon Gouter und Club Social.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Knabberartikel): 183 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 6,2 %.

5.6.5 Yoki Alimento

- Website: www.yoki.com.br
- Sechs Produktionsstätten: (2) Rio Grande do Sul, (1) Mato Grosso, (1) Minas Gerais, (1) Paraná und (1) Pernambuco.
- Wichtige Produkte der Kategorie: Nüsse, salzige Snacks und Popcorn.
- Marken: Yoki und Yokitos.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Knabberartikel):180 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 6,1 %.

5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Deutsche Produkte gelten auf dem brasilianischen Markt als qualitativ hochwertig. ▪ Deutsche Industrie mit Potenzial, die wachsende Nachfrage nach gesunden Produkten in Brasilien zu befriedigen.	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Brasilien zu vermarkten. ▪ Deutsche Knabberartikel sind in Brasilien nicht bekannt.
Chancen	**Risiken**
▪ Anstieg des Verbrauchs im Jahr 2020 mit einer Wachstumsprognose von 7,7 %. ▪ Erhöhter Verzehr von Produkten mit gesunden Zutaten (z. B. Kichererbsen, Bohnen).	▪ Wettbewerbsfähiger Markt mit PepsiCo und die jeweiligen Marken als Marktführer. ▪ Abwertung des BRL 2020 gegenüber dem Euro um etwa 31 %.

Abbildung 30: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Im Jahr 2021 wird die Nachfrage nach Knabberartikel auf 3,27 Mrd. USD geschätzt, wobei der Konsum von Produkten mit gesunden Inhaltsstoffen immer mehr in den Vordergrund rückt.

Brasilien registriert keine Importe von Knabberartikeln aus Deutschland, was auf ein mögliches Potenzial für die deutsche Industrie hinweist. Zurzeit ist Spanien der Hauptlieferant aus Europa.

Trotz des erheblichen Wettbewerbs der brasilianischen Industrie, insbesondere eines einzigen Unternehmens, sind die allgemeinen Marktbedingungen für das Jahr 2021 vorteilhaft. Dennoch müssen einige Aspekte berücksichtigt werden:

i. Die Abwertung des BRL gegenüber dem Euro betrug rund 31 % zwischen Januar – September 2020, was den Verbrauch importierter Produkte weniger attraktiv macht und Rohstoffe erhöht.
ii. Es besteht das Bedürfnis, einen lokalen Partner sorgfältig auszuwählen, der in der Lage ist, Knabberartikel aus Deutschland zu importieren und über konsolidierte Vertriebskanäle zur Verfügung zu stellen, damit die jeweiligen Produkte in Brasilien mit Erfolg und wenig Risiko vermarktet werden können.

6. Die Backwarenindustrie

6.1 Kurze Einführung in den Markt

Der brasilianische Backwarenmarkt beinhaltet zwei Segmente mit folgenden Produkten:

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

Im Jahr 2019 belief sich der brasilianische Verbrauch von Backwaren auf 20,9 Mrd. USD und während des Zeitraums 2015 – 2019 lag die CAGR bei 6,7 %.

Für das Jahr 2020 und 2021 wird ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 3,6 % geschätzt und es ist zu betonen, dass das Backproduktesegment (Brot, Kuchen und Desserts) 83,3 % der Nachfrage der gesamten Backwarenindustrie auf sich konzentriert.

Das Angebot erstreckt sich über eine Vielzahl von Herstellern und im Segment Backprodukte macht handwerkliches Brot (markenlose Produkte von Bäckereien) 84 % der Nachfrage aus.

6.2 Überblick über die lokale Produktion

In Anbetracht der führenden Unternehmen dieser Branche wurden 75 Produktionseinheiten in Brasilien identifiziert, die über die Regionen Süd, Südost, Mittelwest und Nordost des Landes verteilt sind. Die handwerklichen Hersteller sind in Abbildung 31 nicht gekennzeichnet.

Auf drei Bundesstaaten im Südosten des Landes konzentrieren sich 45 Produktionseinheiten: São Paulo (30), Rio de Janeiro (8) und Minas Gerais (7).

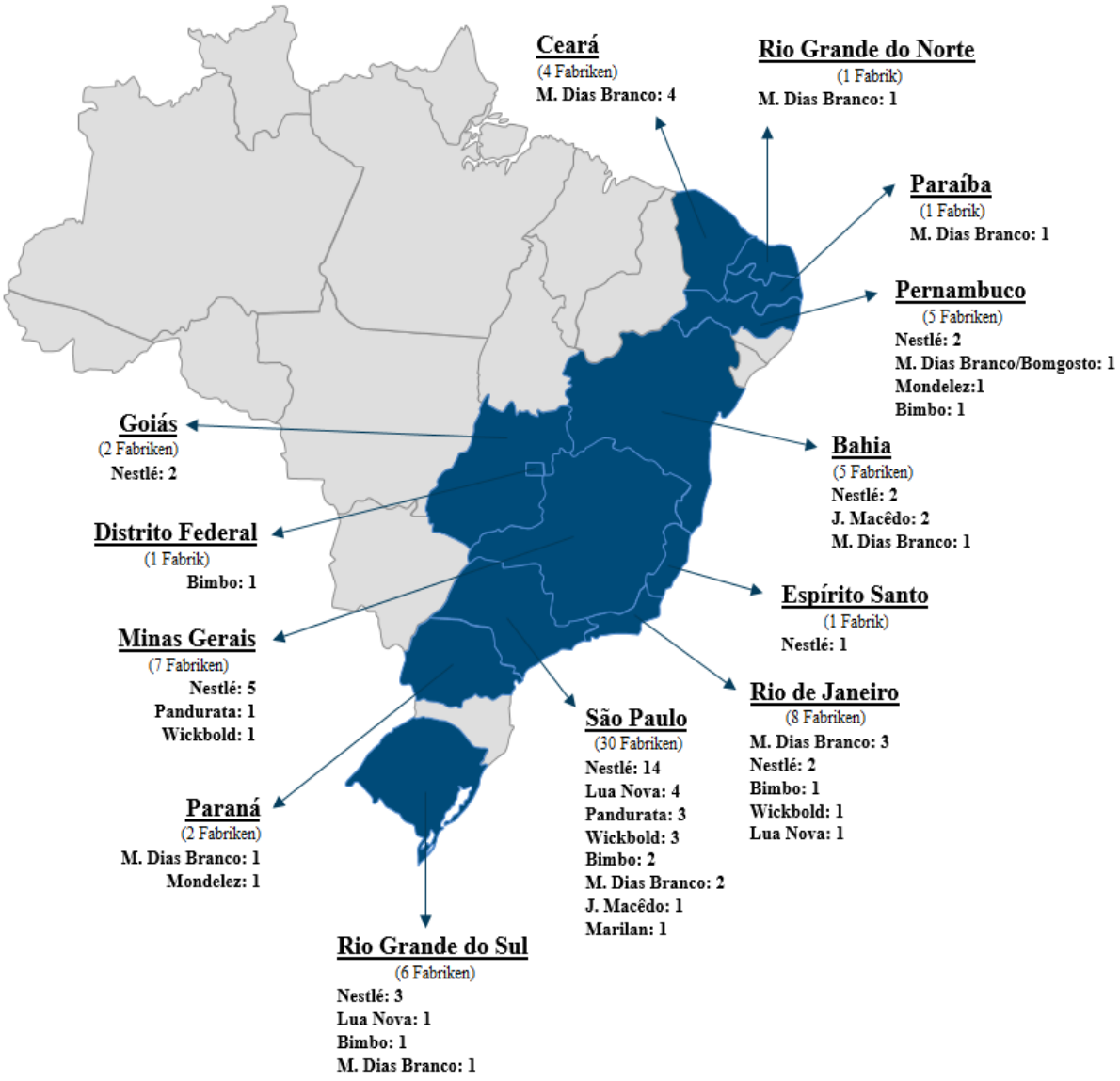


Abbildung 31: Standort der wichtigsten Backwarenhersteller in Brasilien

Quelle: eigene Darstellung

6.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Zeitraum 2015 – 2019 stieg die Nachfrage nach Backwaren in Brasilien im Durchschnitt um 146,5 t pro Jahr. Wertmäßig betrug im gleichen Zeitraum das jährliche Wachstum 1,2 Mrd. USD.

Im Jahr 2019 wurden 7,3 Mio. t konsumiert, gegenüber dem Jahr 2018 ein Wachstum von 2 %. Für das Jahr 2020 und 2021 wird ein durchschnittliches Volumenwachstum von 2,8 % pro Jahr veranschlagt.

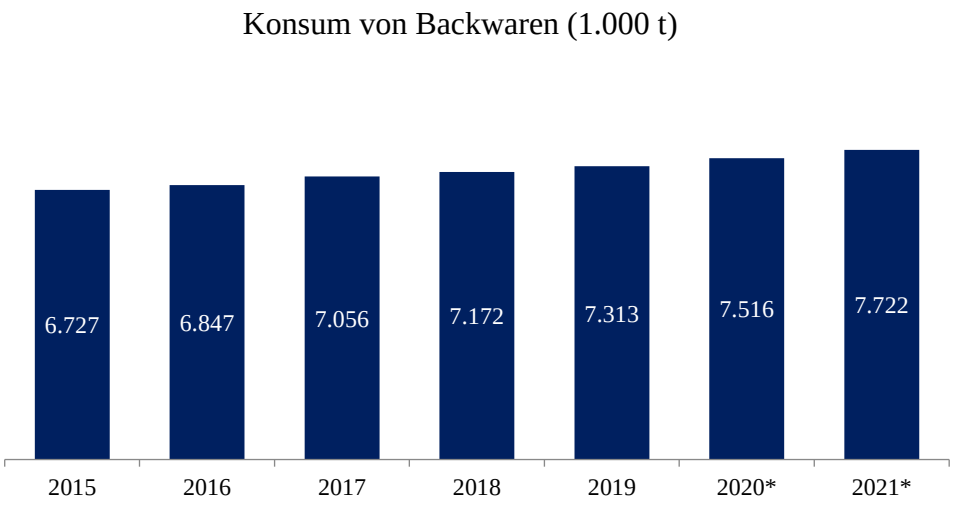


Abbildung 32: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

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

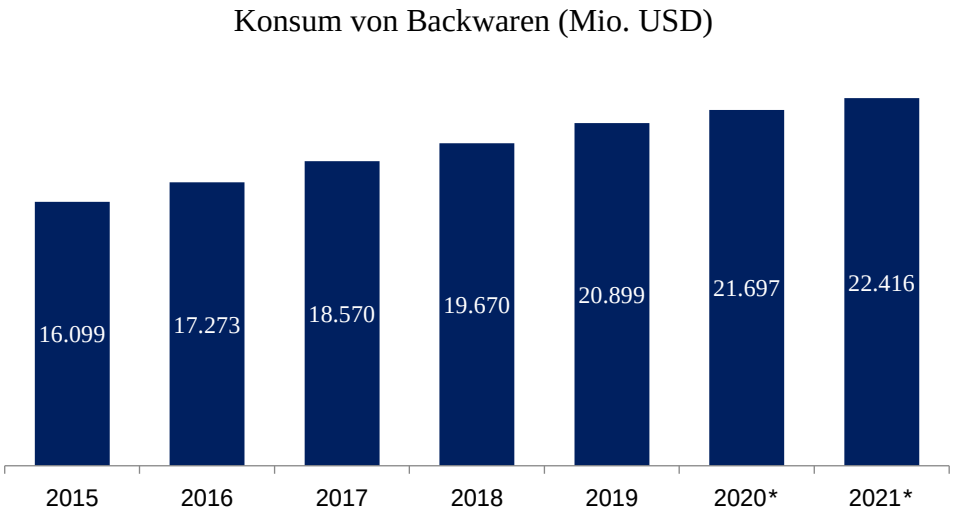


Abbildung 33: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

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

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

Jahr	Backprodukte		Kleingebäck	
	(1.000 t)	(Mio. USD)	(1.000 t)	(Mio. USD)
2015	5.608,7	12.959,0	1.118,4	3.140,2
2016	5.736,6	13.984,0	1.109,9	3.288,5
2017	5.947,6	15.210,7	1.108,6	3.359,3
2018	6.070,2	16.243,5	1.101,7	3.426,8
2019	6.210,1	17.415,1	1.102,9	3.483,9
2020*	6.367,6	17.970,2	1.148,8	3.726,5
2021*	6.542,3	18.580,6	1.179,9	3.835,8

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

Das Segment der Backprodukte (wie z. B. Brot, Kuchen, gemischte Desserts, Feingebäck und Tiefkühlbackwaren) konzentriert 83 % des gesamten Backwarenverbrauchs, in dem wiederum 86,4 % allein dem Brotkonsum entsprechen. Ein Großteil davon entsteht in handwerklicher Herstellung.

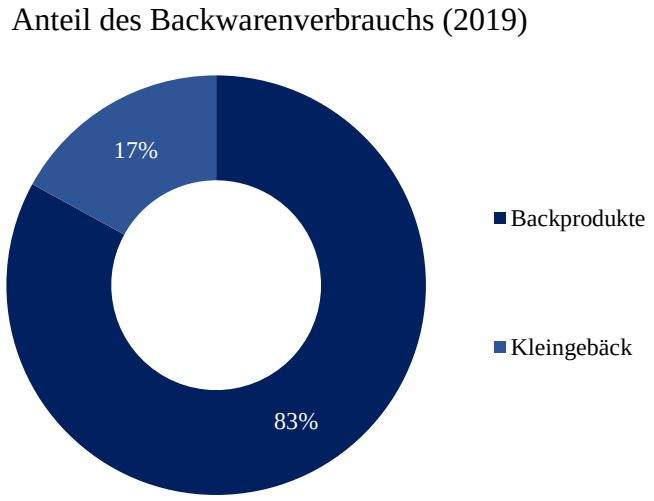


Abbildung 34: Anteil des Backwarenverbraus (2019)

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

Im Zeitraum 2015 – 2020 stiegen die Durchschnittspreise von Kleingebäck um 15 %, für Backprodukte um 22 %.

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

Jahr	Backprodukte (USD/t)	Kleingebäck (USD/t)
2015	2.310,5	2.807,8
2016	2.437,7	2.962,8
2017	2.557,5	3.030,2
2018	2.675,9	3.110,4
2019	2.804,3	3.158,9
2020*	2.822,1	3.243,8

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

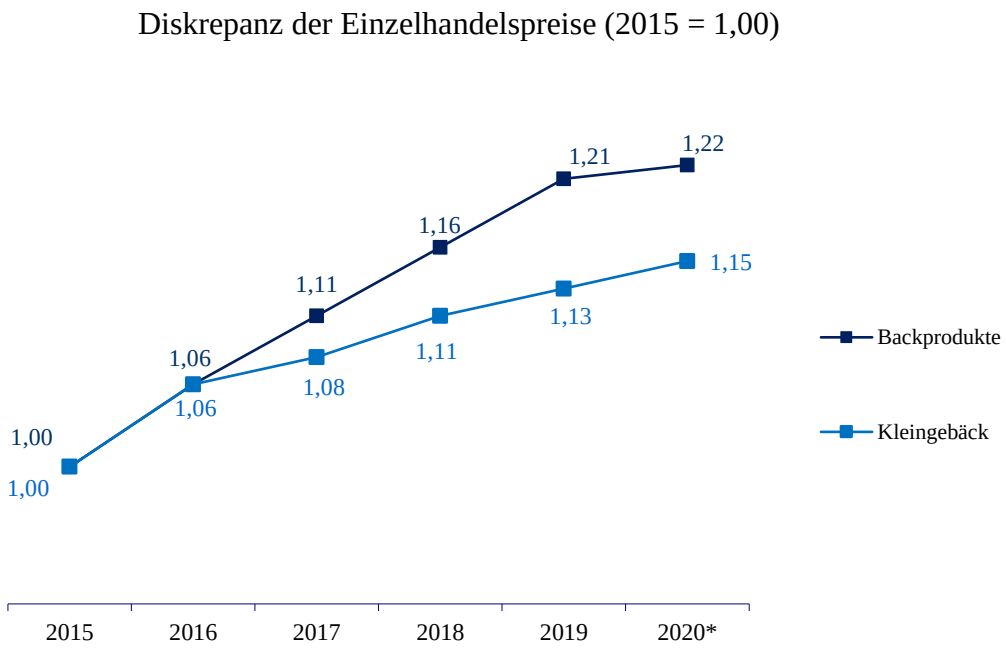


Abbildung 35: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

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

6.3.1 Backprodukte

Der Brotkonsum entspricht 86,4 % des gesamten Backwarenkonsums, gefolgt von Kuchen mit 8,5 %. Es ist zu beachten, dass diese Anteile in Brasilien seit dem Jahr 2015 konstant geblieben sind.

Tabelle 22: Segmentierung des Backprodukteverbrauchs (2019)

Kategorie	%
Brote	86,4
Kuchen	8,5
gemischte Desserts	2,6
Andere	2,5
Total	100

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

Im Vergleich zu Brot und Kuchen, ist der Konsum von Feingebäck und Tiefkühlbackwaren in Brasilien gering, mit einem Verzehranteil, der für jede Kategorie kleiner ist als 2 %.

Lebensmittel-, Getränke- und Tabakwareneinzelhändler und kleine unabhängige Geschäfte bündeln den Verkauf über drei Viertel der Umsätze. Supermärkte und Hypermärkte konzentrieren auf sich etwa 17 %.

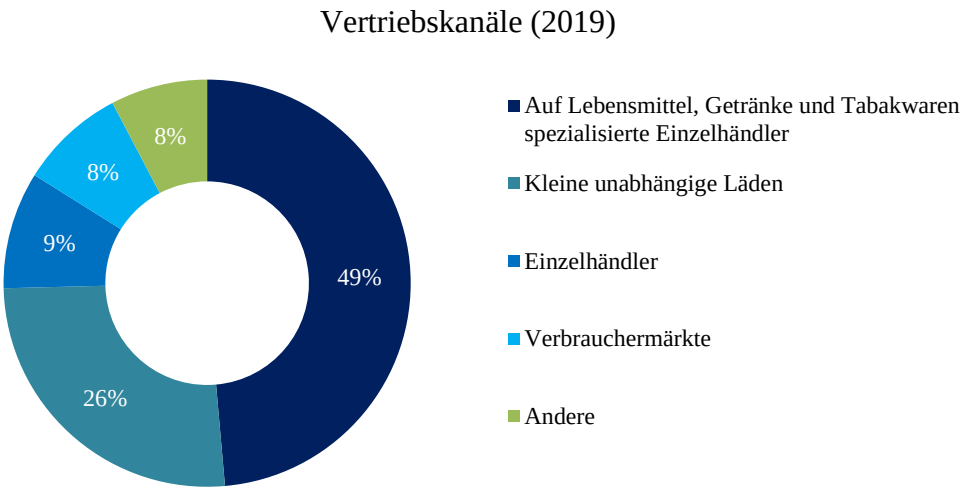


Abbildung 36: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

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

Tabelle 23: Verkaufspreise unterschiedlicher Backproduktsorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Pullman 500 g	Bimbo	Big	1,00
			Carrefour	1,10
			Pão de Açúcar	1,02
	Bolinho 40 g Bauducco	Pandurata Alimentos	Big	0,18
			Carrefour	0,24
			Pão de Açúcar	0,22
	Bisna-guinhas 300 g Panco	Lua Nova	Big	0,98
			Carrefour	1,16
			Pão de Açúcar	1,16
	Pão Tradicional 500 g Wickbold	Wickbold	Big	0,92
			Carrefour	1,08
			Pão de Açúcar	0,92
	14 Grãos 450 g Nutrella	Bimbo	Big	1,85
			Carrefour	1,85
			Pão de Açúcar	2,02
	Mistura para Bolo 450 g Dona Benta	J. Macêdo	Big	–
			Carrefour	1,00
			Pão de Açúcar	0,92

Quelle: eigene Darstellung

6.3.2 Kleingebäck

Süße Kekse und Ähnliches machen 94,1 % des Verbrauchs des Kleingebäcks aus und bis zum Jahr 2020 soll der Konsumanteil dieser Kategorie voraussichtlich auf 95,4 % ansteigen.

Dieses Segment wächst seit dem Jahr 2015 (damals umfasste es 92,9 %). Snackriegel, die derzeit 5,8 % darstellen, haben seit dem Jahr 2016 Marktanteile verloren, ein Trend, der sich auch im Jahr 2020 abzeichnen dürfte (ein Anteil von 4,5 % wird erwartet).

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

Kategorie	%
Süße Kekse	94,1
Snackriegel	5,8
Fruchtsnacks	0,1
Total	100

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

Im Gegensatz zu Backprodukten sind Supermärkte und Verbrauchermärkte in Brasilien führend beim Verkauf von süßen Keksen, Snackriegeln und Fruchtsnacks mit einem Anteil von 55 %.

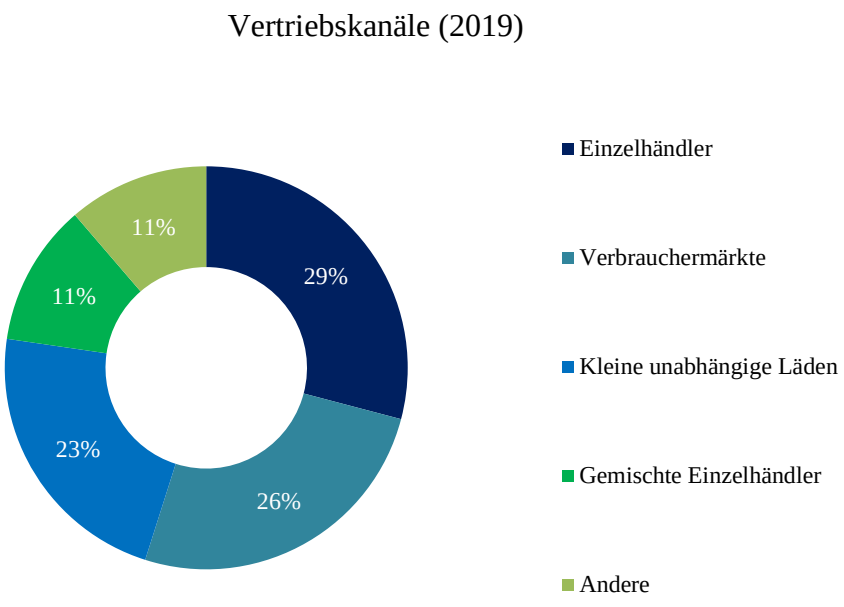


Abbildung 37: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

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

Tabelle 25: Verkaufspreise unterschiedlicher Kleingebäcksorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Maizena 400 g Vitarella	Indústria de Alimentos Bomgosto	Big	0,55
			Carrefour	0,88
			Pão de Açúcar	–
	Amanteigado Chocolate 330 g Marilan	Marilan	Big	1,05
			Carrefour	1,20
			Pão de Açúcar	1,18
	Choco Biscuit 80 g Bauducco	Pandurata *Alimentos*	Big	0,93
			Carrefour	0,92
			Pão de Açúcar	0,92
	Rosquinhas 350 g Mabel	PepsiCo	Big	1,07
			Carrefour	1,05
			Pão de Açúcar	0,96
	Passatempo 130 g	Nestlé	Big	0,29
			Carrefour	0,42
			Pão de Açúcar	0,33
	Trakinas 126 g	Nestlé	Big	0,25
			Carrefour	0,53
			Pão de Açúcar	0,45

Quelle: eigene Darstellung

6.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die Importe von Backwaren auf 70,5 Mio. USD, ein Rückgang um 8,5 % gegenüber dem Jahr 2018. Aufgrund der Exporte in Höhe von 131,7 Mio. USD verzeichnet das Land einen Handelsüberschuss von 61,1 Mio. USD.

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

Jahr	Backwaren (HS-Code 1905)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	74.736	103.629
2016	50.330	96.555
2017	65.326	119.087
2018	77.144	126.433
2019	70.554	131.695

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Von den sechs größten Exporteuren von Backwaren nach Brasilien sind fünf europäische Länder, die 56,6 % der Gesamtexporte entsprechen. Deutschland steht mit 7,9 Mio. USD Exportwert im Jahr 2019 an dritter Stelle und war in den Jahren 2016 und 2017 hinter Belgien der zweitgrößte Exporteur. Im Jahr 2018 verlor das Land diese Position jedoch an Italien.

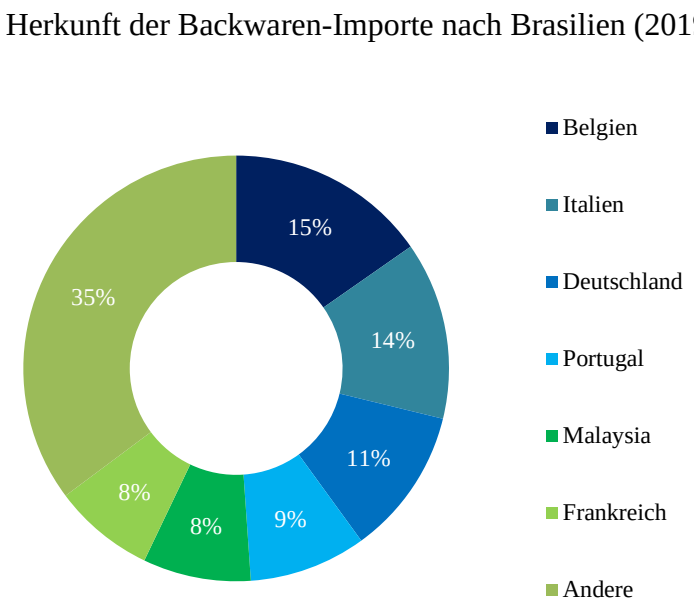


Abbildung 38: Herkunft der Backwaren-Importe nach Brasilien – HS-Code 1905 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Von den Backwarenexporten aus Brasilien waren 73 % für sechs Länder bestimmt, davon sind vier in Lateinamerika. Die Vereinigten Staaten sind mit 25 % der Hauptimporteur, der im Jahr 2019 einen Wert von 33 Mio. USD importiert hat.

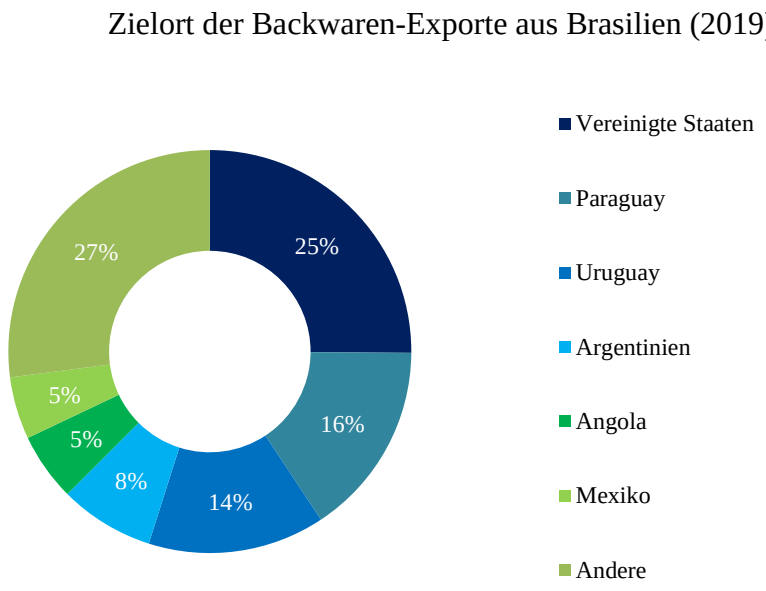


Abbildung 39: Zielort der Backwaren-Exporte aus Brasilien – HS-Code 1905 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

6.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Backproduktesegment halten die sechs führenden Unternehmen 10 % des Marktes, da dieses Segment mit 84 % stark auf handwerkliche Produkte konzentriert ist. Im Segment des Kleingebäcks beherrschen die sechs größten Unternehmen 51 % des Marktes, wobei das brasilianische Unternehmen M. Dias Branco mit einem Marktanteil von 14,5 % führend ist.

Tabelle 27: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Backprodukte		Kleingebäck	
Unternehmen	**%**	**Unternehmen**	**%**
Bimbo	3,6	M Dias Branco	14,5
Pandurata Alimentos	1,9	Nestlé	9,1
WickBold/Nosso Pão	1,9	Pandurata Alimentos	8,9
Lua Nova	1,4	Mondelez	7,2
J Macêdo	0,9	Bomgosto	5,7
Laticinios Condessa	0,5	Marilan	5,5
Andere (Inkl. handwerkliche Unternehmen)	89,8	Andere	49,1

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

Tabelle 28: Marktanteil nach Marke (2019)

Backwaren		Kleingebäck	
Marke (Unternehmen)	**%**	**Marke (Unternehmen)**	**%**
Pullman (Bimbo)	1,6	Vitarella (Bomgosto)	5,7
Bauducco (Pandurata)	1,5	Marilan (Marilan)	5,1
Panco (Lua Nova)	1,4	Bauducco (Pandurata)	4,8
WickBold (Wickbold)	1,3	Mabel (Cipa)	4,8
Nutrella (Bimbo)	1,2	Richester (M Dias Br.)	4,0
D Benta (J Macêdo)	0,6	Passatempo (Nestlé)	3,5
Andere	92,4	Andere	72,1

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

6.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

6.6.1 Pandurata Alimentos

- Website: www.bauducco.com.br
- Vier Produktionsstätten: (3) São Paulo und (1) Minas Gerais.
- Wichtige Produkte der Kategorie: Brot, Kuchen, Desserts, süße Kekse u. a.
- Marken: Bauducco, Visconti und Tommy.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Backprodukte und Kleingebäcke): 641 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Backprodukte 1,9 %, Kleingebäcke 8,9 %.

6.6.2 Bimbo

- Website: www.bimbobrasil.com.br

- Sechs Produktionsstätten: (2) São Paulo und (1) Distrito Federal, (1) Pernambuco, (1) Rio de Janeiro und (1) Rio Grande do Sul.
- Wichtige Produkte der Kategorie: Brot und Kuchen.
- Marken: Ana Maria, Pullman, Plusvita, Rap10, Nutrella u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Backprodukte): 626,9 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019*:* Backprodukte 3,6 %.

6.6.3 M. Dias Branco

- Website: www.mdiasbranco.com.br
- 15 Produktionsstätten: (4) Ceará, (3) Rio de Janeiro, (2) São Paulo, (1) Bahia, (1) Paraíba, (1) Paraná, (1) Pernambuco, (1) Rio Grande do Norte und (1) Rio Grande do Sul.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse.
- Marken: Adria, Animados, Fortaleza, Isabela, Pilar, Vitarella u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Kleingebäcke): 505,2 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Kleingebäcke 14,5 %.

6.6.4 Wickbold & Nosso Pão

- Website: www.wickbold.com.br
- fünf Produktionsstätten: (3) São Paulo und (1) Minas Gerais und (1) Rio de Janeiro.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Kuchen und Brot.
- Marken: Wickbold und Seven Boys.

- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Backprodukte): 330,9 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019*:* Backprodukte 1,9 %.

6.6.5 Nestlé

- Website: www.nestle.com.br
- 31 Produktionsstätten: (14) São Paulo, (5) Minas Gerais, (3) Rio Grande do Sul, (2) Bahia, (2) Goiás, (2) Pernambuco, (2) Rio de Janeiro und (1) Espírito Santo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse.
- Marken: Bono, Calipso, Negresco, Nescau, Nesfit, Passatempo, São Luiz, Tostines u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Kleingebäck): 317 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Kleingebäcke 9,1 %.

6.6.6 Mondelez

- Website: br.mondelezinternational.com
- Zwei Produktionsstätten: (1) Paraná und (1) Pernambuco.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse.
- Marken: BelVita, Chocolícia, Choccoky, Oreo, Trakinas u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Kleingebäck): 250,8 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Kleingebäcke 7,2 %.

6.6.7 Lua Nova

- Website: www.panco.com.br
- Sechs Produktionsstätten: (4) São Paulo, (1) Rio de Janeiro und (1) Rio Grande do Sul.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Brot und Kuchen.
- Marken: Panco.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Backprodukte): 243,8 Mio. USD.
- Marktanteil 2 im Jahr 019: Backprodukte 1,4 %.

6.6.8 Indústria de Alimentos Bomgosto

- Website: www.vitarella.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) Pernambuco.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse.
- Marcas: Vitarella.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Kleingebäck): 198,6 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Kleingebäcke 5,7 %.

6.6.9 Marilan Alimentos

- Website: www.marilan.com
- Eine Produktionsstätte: (1) São Paulo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse.
- Marken: Marilan, Lev, PitStop, Teens u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Kleingebäck): 191,6 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: Kleingebäcke 5,5 %.

6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Deutsche Produkte gelten auf dem brasilianischen Markt als qualitativ hochwertig. ▪ Deutschland ist der drittgrößte Exporteur von Backwaren nach Brasilien.	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Brasilien zu vermarkten. ▪ Hohe Preise deutscher Produkte, die auf eine kleine Verbrauchergruppe abzielen könnten.
Chancen	**Risiken**
▪ Für 2020 und 2021 wird ein Wachstum von 3,8 % pro Jahr geschätzt, das 2021 voraussichtlich 22,4 Mrd. USD erreichen wird. ▪ Erhöhter Verbrauch von gesunden Produkten und Vollkornprodukten.	▪ Die Nachfrage konzentriert sich stark auf handwerkliche Brotsorten (Bäckereien und unabhängige Geschäfte). ▪ Abwertung des BRL 2020 gegenüber dem Euro um etwa 31 %.

Abbildung 40: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Für das Jahr 2021 wird ein Verbrauchsanstieg um 3,8 % im Vergleich zum Jahr 2018 erwartet, und die Nachfrage nach Vollwertprodukten mit gesundem Anspruch wird zunehmend hervorgehoben. Im Gegensatz zu anderen Kategorien teilt sich die Produktion auf eine große Anzahl von Herstellern auf, einschließlich Bäckereien, die Brot und Kuchen herstellen.

Die Abwertung des BRL gegenüber dem Euro um 31 % im Zeitraum Januar – September 2020 macht den Preis importierter Produkte weniger wettbewerbsfähig. Trotzdem wächst die Nachfrage nach Vollkorn-und Getreideprodukten, darunter auch deutsche Produkte, deren Importe sich zwischen 2016 – 2019 von 4 Mio. USD auf 7,9 Mio. USD quasi verdoppelt haben.

Deutsche Produkte werden in der Regel in Premium-Läden verkauft, die sich an eine bestimmte Nische der Verbraucher richten. Die deutschen KMU sollten angemessene Handelspartner/Importeure auswählen, die sich mit solchen Produkten beschäftigen.

7. Die Cerealienindustrie

7.1 Kurze Einführung in den Markt

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

- verzehrfertige Cerealien
- heiße Cerealien

Im Jahr 2019 betrug der brasilianische Cerealienverbrauch 358 Mio. USD, im Zeitraum 2015 – 2019 machte die CAGR 7,75 % aus.

Der multinationale US-Konzern PepsiCo ist mit einem Marktanteil von 24 % Marktführer, gefolgt von der Firma Kellogg mit 23,4 %.

Im Jahr 2019 lag der Durchschnittspreis für Cerealien bei 5,64 USD/kg, eine Steigerung um 4,3 % gegenüber dem Jahr 2018.

7.2 Überblick über die lokale Produktion

Im Zusammenhang der führenden Unternehmen dieser Kategorie wurden 45 Produktionseinheiten identifiziert, von denen São Paulo mit 20 Einheiten der Staat mit der größten Anzahl von Fabriken und der größten Vielfalt von Unternehmen ist und vier der fünf größten Unternehmen beherbergt.

Nestlé und PepsiCo haben 31 bzw. acht Produktionseinheiten und vereinen auf sich 87 % der identifizierten Produktionsstätten.

Kellogg, das Unternehmen mit dem zweitgrößten Marktanteil in dieser Kategorie, verfügt über eine Fabrik in Brasilien im Bundesstaat Santa Catarina im Süden des Landes.

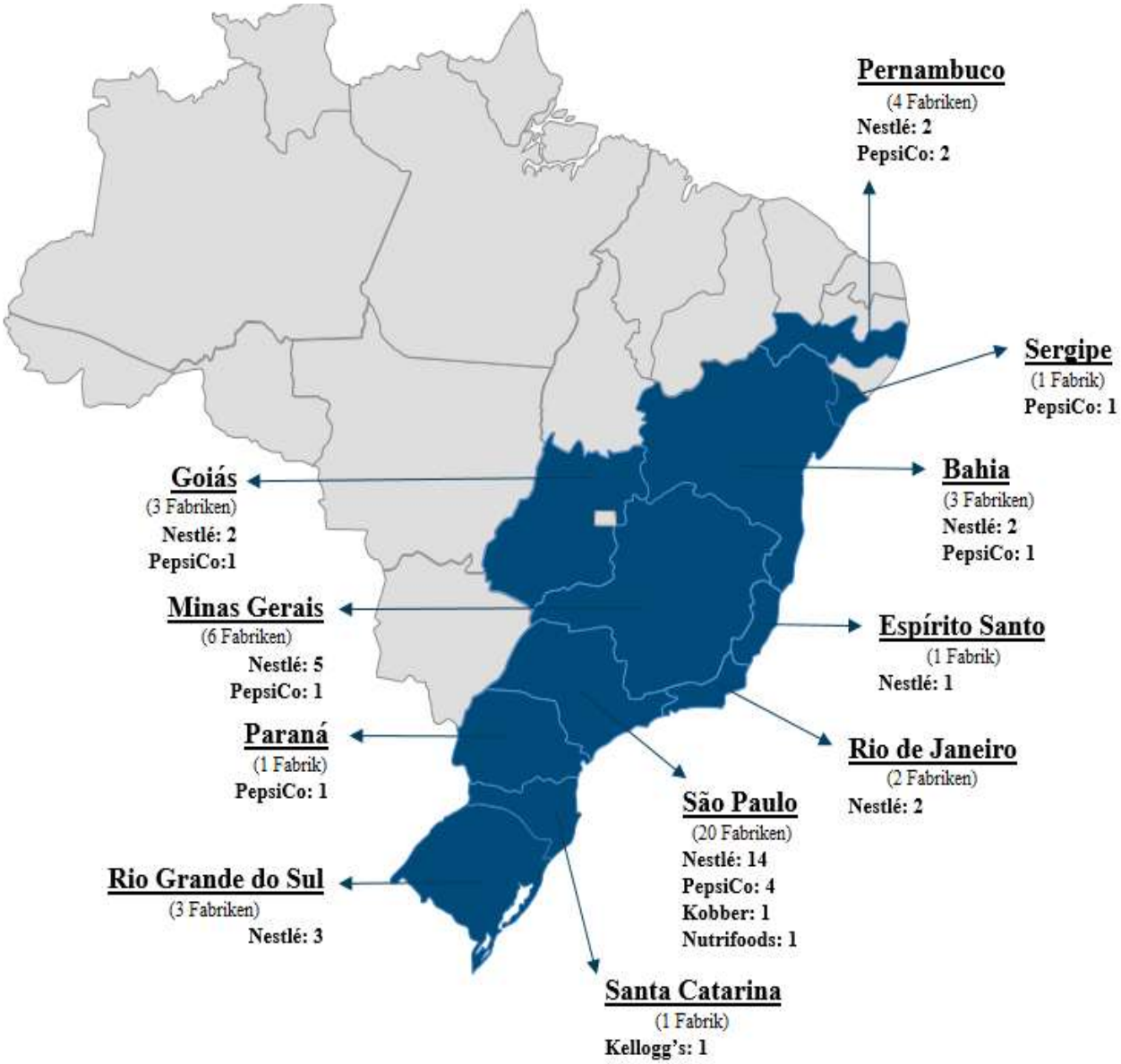


Abbildung 41: Standort der wichtigsten Cerealienhersteller in Brasilien

Quelle: eigene Darstellung

7.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 verbrauchte Brasilien 63,5 Tsd. t Cerealien, was einer Steigerung um 3,3 % gegenüber dem Jahr 2018 entspricht. Wertmäßig stieg der Verbrauch um 7,5 %.

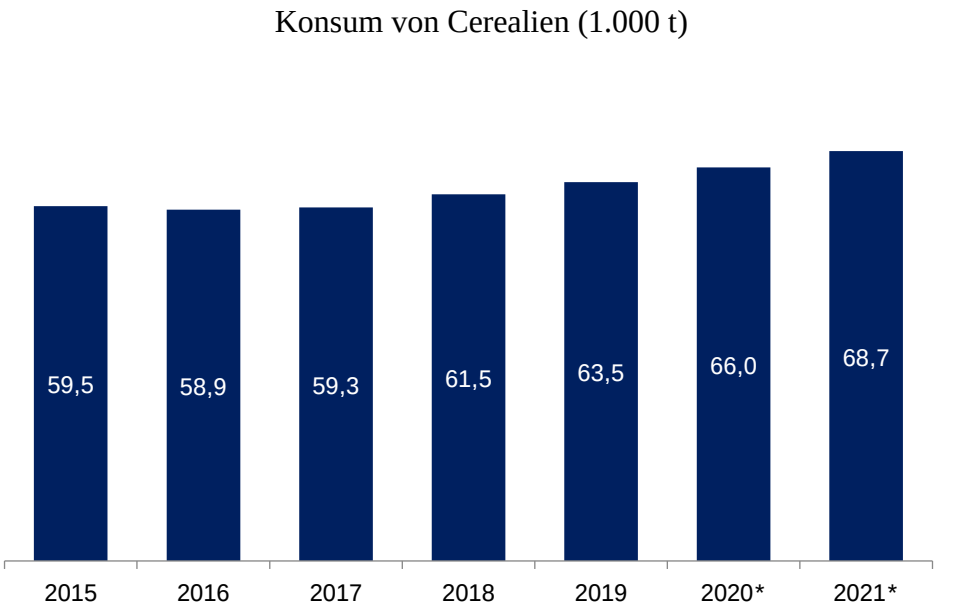


Abbildung 42: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

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

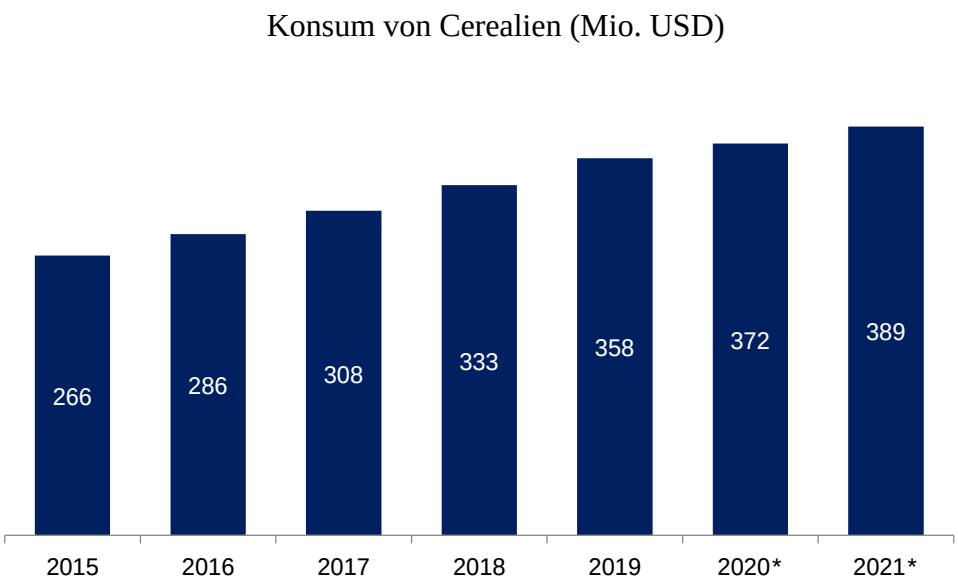


Abbildung 43: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis (Mio. USD)

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

Wertmäßig konzentrieren sich rund 62 % des Cerealienverbrauchs auf verzehrfertige Produkte, ein Prozentsatz, der seit dem Jahr 2015 relativ konstant geblieben ist, als er 63,2 % betrug.

Tabelle 29: Segmentierung des Konsums von Frühstückscerealien (2019)

Kategorie	%
verzehrfertige Cerealien	61,9
heiße Cerealien	38,1
Total	100

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

Im Jahr 2019 betrug der Preis im Einzelhandel für eine Tonne Cerealien 5,6 Tsd. USD. Für das Jahr 2020 wird ein konstanter Preis erwartet, obwohl der Anstieg des Dollars diesen Wert im letzten Quartal des Jahres 2020 (zwischen Januar – September) beeinflussen könnte.

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

Jahr	Durchschnittspreis (USD/t)
2015	4.467,5
2016	4.858,8
2017	5.200,5
2018	5.411,3
2019	5.642,7
2020*	5.642,6

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

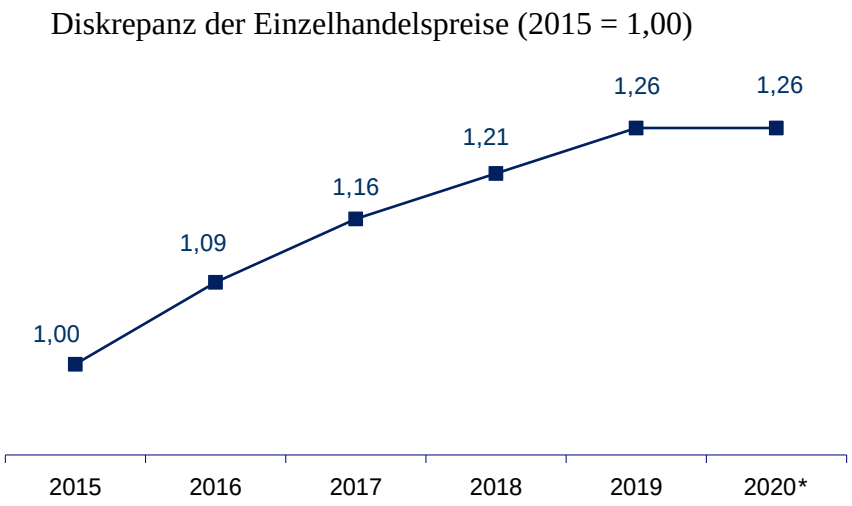


Abbildung 44: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

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

Supermärkte und Verbrauchermärkte sind mit 74 % des Umsatzes im Jahr 2019 die wichtigsten Vertriebskanäle für Cerealien in Brasilien. Dieser Anteil ist seit dem Jahr 2015 konstant geblieben.

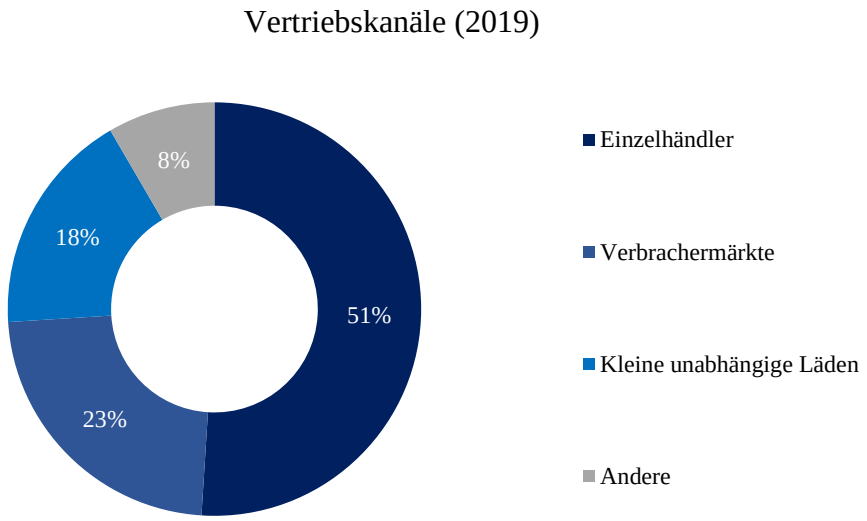


Abbildung 45: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

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

Tabelle 31: Verkaufspreise unterschiedlicher Frühstückscerealiensorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Aveia em Floco 165 g Quaker	PepsiCo	Big	0,66
			Carrefour	0,61
			Pão de Açúcar	0,55
	Sucrilhos 300 g	Kellogg	Big	1,65
			Carrefour	1,74
			Pão de Açúcar	2,00
	Nescau 770 g	Nestlé	Big	2,67
			Carrefour	3,41
			Pão de Açúcar	3,69
	Snow Flakes 300 g	Nestlé	Big	1,60
			Carrefour	1,67
			Pão de Açúcar	1,67

	Granola Light 800 g Kobber	Kobber	Big	3,61
			Carrefour	3,35
			Pão de Açúcar	–
	Corn Flakes 240 g	Nestlé	Big	2,13
			Carrefour	2,17
			Pão de Açúcar	2,31

Quelle: eigene Darstellung

7.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die brasilianischen Cerealienimporte auf 3,87 Mio. USD, im Verhältnis zum Jahr 2018 ein Rückgang um 1 %. In Anbetracht der Exporte von 10 Mio. USD wies das Land ein Handelsbilanzdefizit von 6,17 Mio. USD auf, was erheblich kleiner als in den Jahren 2017 und 2018 war.

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	4.498	12.589
2016	3.322	13.767
2017	3.689	14.604
2018	3.900	14.398
2019	3.867	10.036

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Deutschland war im Jahr 2019 mit einem Anteil von 8 % der sechstgrößte Cerealienexporteur nach Brasilien, im Jahr 2018 allerdings der zweitgrößte Exporteur hinter Argentinien. In Bezug auf Europa belegt das Vereinigte Königreich derzeit mit einem Anteil von 13 % den ersten Platz.

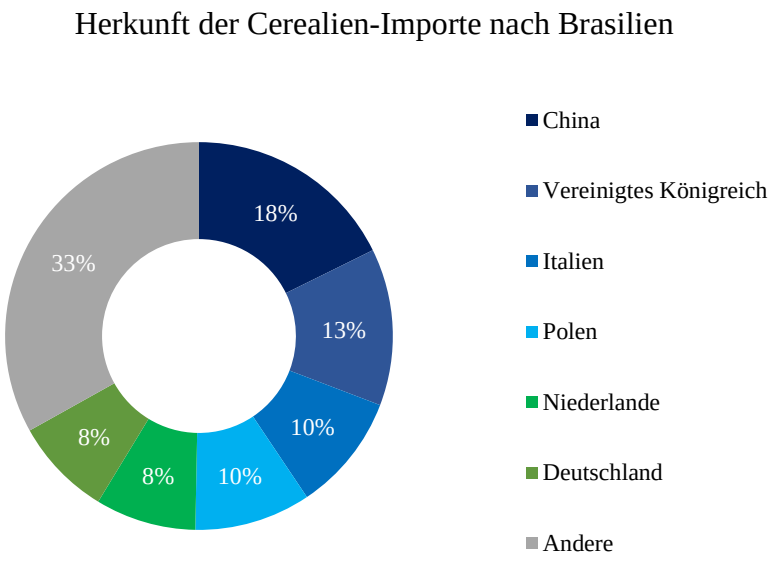


Abbildung 46: Herkunft der Cerealien-Importe nach Brasilien – HS-Code 1904 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

90 % der brasilianischen Cerealienexporte sind für sechs Länder bestimmt, fünf davon aus Südamerika. Das Nachbarland Paraguay ist mit 37 % der Hauptimporteur von brasilianischem Getreide, im Jahr 2019 betrug der Import Paraguays an brasilianischem Cerealien 3,74 Mio. USD.

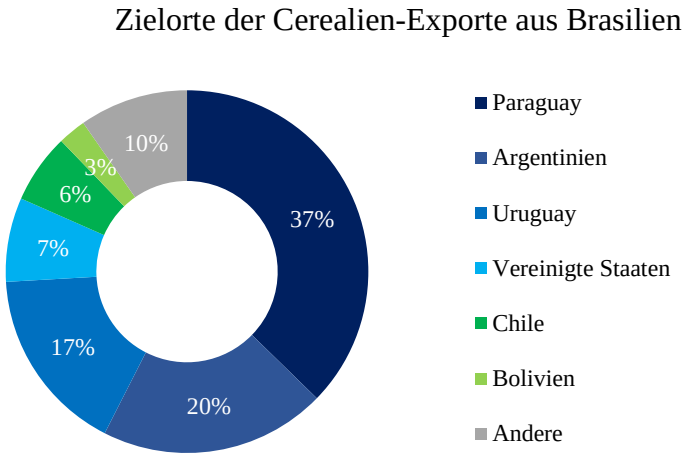


Abbildung 47: Zielorte der Cerealien-Exporte aus Brasilien – HS-Code 1904 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

7.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Drei ausländische multinationale Unternehmen kontrollieren 70 % des Cerealienmarktes in Brasilien, von denen jedes einen Anteil von mehr als 20 % hat. Im Jahr 2019 übernahm das

amerikanische Unternehmen PepsiCo mit einem Marktanteil von 24 % die Führung der Branche, die im Jahr 2018 Kellogg gehörte.

Tabelle 33: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Unternehmen	%
PepsiCo	24,0
Kellogg	23,4
Nestlé	22,4
Kobber	2,2
Andere	28,0

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

60 % der Cerealienindustrie konzentrieren sich auf sieben Marken: eine von PepsiCo (Vereinigte Staaten), zwei von Kellogg (Vereinigte Staaten) und vier von Nestlé (Schweiz). Quaker gehört zu PepsiCo und ist mit 24 % die führende Marke in Brasilien. Kellogg's Sucrilhos steht mit 15,5 % Marktanteil auf Platz zwei.

Tabelle 34: Marktanteil nach Marke (2019)

Marke (Unternehmen)	%
Quaker (PepsiCo)	24,0
Kellogg's Sucrilhos (Kellogg)	15,5
Nescau (Nestlé)	8,0
Snow Flakes (Nestlé)	3,8
Nestlé (Nestlé)	3,0
Nestlé Cornflakes (Nestlé)	2,7
Kellogg's Froot (Kellogg)	2,4
Andere	40,6

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

7.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

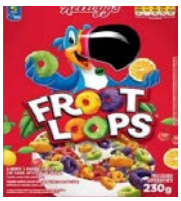
7.6.1 PepsiCo

- Website: www.pepsico.com.br
- 11 Produktionsstätten: (4) São Paulo, (2) Pernambuco, (1) Bahia, (1) Goiás, (1) Minas Gerais, (1) Paraná, (1) Pernambuco und (1) Sergipe.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Frühstückscerealien inklusive Haferflocken und Müsli mit Früchten.

- Marke: Quaker.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Cerealien): 86 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019*:* 24 %.

7.6.2 Kellogg

- Website: www.kelloggs.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) Santa Catarina.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: verzehrfertige und heiße Cerealien – Frühstücksmüslis (Haferflocken, Flocken, Müslis, Granola), u. a.
- Marken: Corn Flakes, Müsli, Kellogg’s Barras, Kellogg’s Granola, Froot Loops, Sucrilhos u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Cerealien): 83,8 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 23,4 %.



7.6.3 Nestlé

- Website: www.nestle.com.br
- 31 Produktionsstätten: (14) São Paulo, (5) Minas Gerais, (3) Rio Grande do Sul, (2) Bahia, (2) Goiás, (2) Pernambuco, (2) Rio de Janeiro und (1) Espírito Santo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: verzehrfertige Cerealien.
- Marken: Cheerios, Corn Flakes, Crunch, Nescau, Nesfit, Snow Flakes u. a.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Cerealien): 80,3 Mio. USD.

- Marktanteil im Jahr 2019: 22,4 %.

7.6.4 Kobber Alimentos

- Website: www.kobber.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) São Paulo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Müsli und Granola.
- Marke: Kobber.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Cerealien): 7,9 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 2,2 %.

7.6.5 Nutrifoods

- Website: www.nutrifoods.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) São Paulo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: verzehrfertige Cerealien.
- Marken: Nutrifoods.
- Einzelhandelsverkäufe im Jahr 2019 (Cerealien): 5,4 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 1,5 %.

7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Deutsche Produkte gelten auf dem brasilianischen Markt als qualitativ hochwertig. ▪ Deutschland ist einer der wichtigsten Getreideexporteure nach Brasilien.	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Brasilien zu vermarkten. ▪ Hohe Preise deutscher Produkte, die auf eine kleine Verbrauchergruppe abzielen könnten.
Chancen	**Risiken**
▪ Anstieg des Verbrauchs mit einer Wachstumsprognose von 3,9 % für das Jahr 2020. ▪ Erhöhter Konsum gesunder Produkte (z. B. ohne Zuckerzusatz und mit Zutaten wie Müsli).	▪ Der Markt konzentriert sich auf drei internationale Gruppen mit Industrieanlagen in Brasilien. ▪ Abwertung des BRL 2020 gegenüber dem Euro um etwa 31 %.

Abbildung 48: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Deutschland war im Jahr 2019 der sechstgrößte Cerealienexporteur in Brasilien und im Jahr 2018 der zweitgrößte. Dies unterstreicht, dass Brasilien Erfahrung mit dem Import von deutschem Getreide hat und dass eine Nische von Verbrauchern das Produkt bereits kennt.

Für das Jahr 2021 wird der Cerealienverbrauch von 388 Mio. USD veranschlagt und der Verbrauch von Produkten mit gesunder Anziehungskraft gewinnt immer mehr an Bedeutung.

Trotz der günstigen Nachfragebedingungen macht die Abwertung des BRL gegenüber dem Euro um etwa 31 % zwischen Januar – September 2020 importierte Produkte weniger wettbewerbsfähig. Um diese Barriere zu überwinden, ist es wichtig, qualifizierte Partner mit einem konsolidierten Netzwerk auszuwählen, insbesondere in den Premium-Verkaufsstellen der Branche.

8. Der Speiseeismarkt

8.1 Kurze Einführung in den Markt

Der brasilianische Speiseeismarkt beinhaltet folgende Produkte:

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

Im Jahr 2019 betrug der brasilianische Eisverbrauch 2,8 Mrd. USD und im Zeitraum 2015 – 2019 die CAGR 1,5 %.

Für das Jahr 2020 wird das Konsumwachstum auf ca. 1,6 % und für das Jahr 2021 auf 0,7 % geschätzt.

Das britisch-niederländische multinationale Unternehmen Unilever ist mit 24,1 % in Brasilen Marktführer. Mit 6,8 % und 3,5 % Marktanteil stehen an zweiter und dritter Stelle Nestlé und das brasilianische Unternehmen Sorvetes Jundiá.

Im Jahr 2019 lag der Durchschnittspreis für Eiscreme bei 8,1 USD/kg, eine Steigerung um 4,4 % gegenüber dem Jahr 2018. Für das Jahr 2020 wird ein Anstieg des Preises um 2,9 % veranschlagt, der voraussichtlich den Wert von 8,3 USD/kg erreichen wird.

8.2 Überblick über die lokale Produktion

In Anbetracht der führenden Unternehmen auf dem Markt wurden 48 Produktionseinheiten identifiziert, wobei die repräsentativsten Staaten São Paulo (20), Minas Gerais (7), Pernambuco (6) und Rio Grande do Sul (5) sind.

Jundiá und Creme Mel sind die einzigen brasilianischen Unternehmen, die zu den Top fünf des Marktes gehören. Jundiá hat sechs Fabriken: fünf in São Paulo und eine in Rio de Janeiro. Creme Mel hat eine Industrieanlage im Bundesstaat Pernambuco im Nordosten des Landes, in der Region des Landes, in der das Unternehmen einen größeren Marktanteil hat.

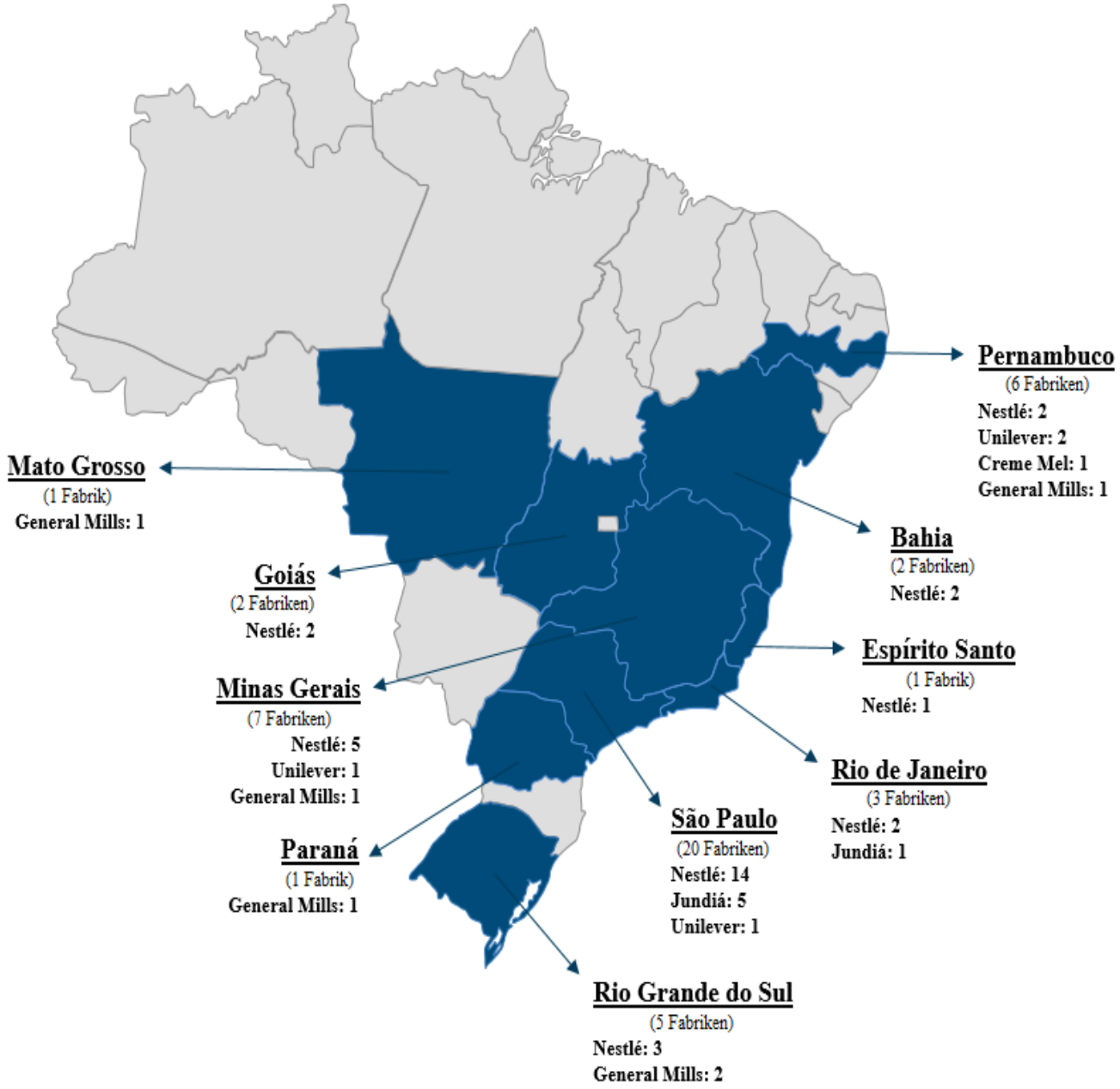


Abbildung 49: Standorte der wichtigsten Speiseeishersteller in Brasilien

Quelle: eigene Darstellung

8.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Zeitraum 2015 – 2019 ging der Eisverbrauch in Brasilien volumenmäßig um 14,7 % zurück, stieg allerdings wertmäßig um 6,1 %. Für das Jahr 2020 wird ein Verbrauch von 343 Tsd. t und 2,8 Mrd. USD veranschlagt, der voraussichtlich im Jahr 2021 konstant bleiben sollte.

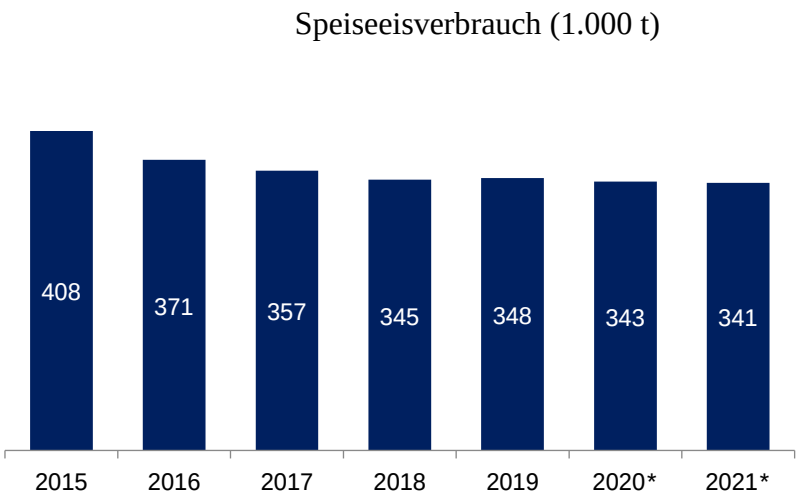


Abbildung 50: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (Tsd. t)

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

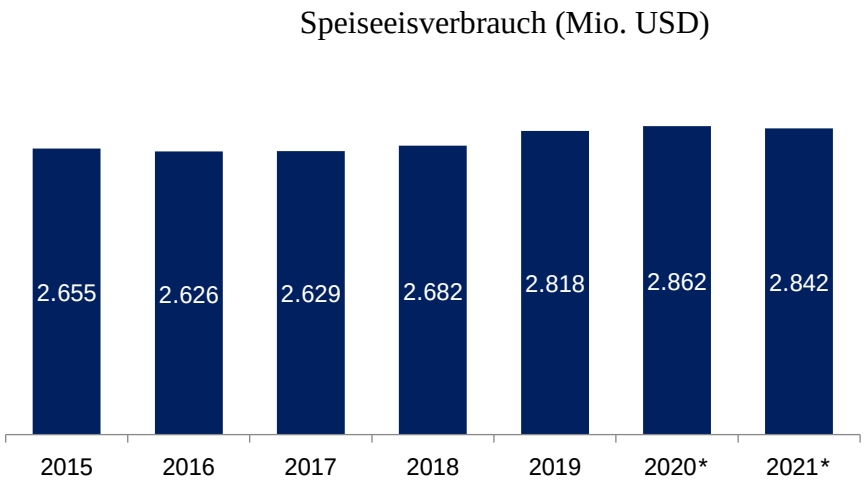


Abbildung 51: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

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

Auf Speiseeis konzentrieren sich 99,2 % der Nachfrage der brasilianischen Speiseeisindustrie und die beliebtesten Sorten im Land sind in dieser Reihenfolge:

1. Schokolade
2. Sahne
3. Erdbeere
4. Vanille
5. Kokonuss
6. Stracciatella
7. „Neapolitanisches Eis“ (Schokolade + Erdbeere + Sahne)

Tabelle 35: Segmentierung des Speiseeisverbrauchs (2019)

Kategorie	%
Speiseeis	99,2
gefrorene Desserts	0,8
Total	100

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

Im Jahr 2019 betrug der Einzelhandelspreis pro t Eis 8,1 Tsd. USD und für 2020 wird eine Steigerung um 2,9 % geschätzt. Im Zeitraum 2015 – 2019 stieg der Durchschnittspreis um 24 %.

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

Jahr	Durchschnittspreis (USD/t)
2015	6.513,5
2016	7.085,0
2017	7.368,4
2018	7.766,3
2019	8.104,5
2020*	8.342,7

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Brasilien, www.euromonitor.com

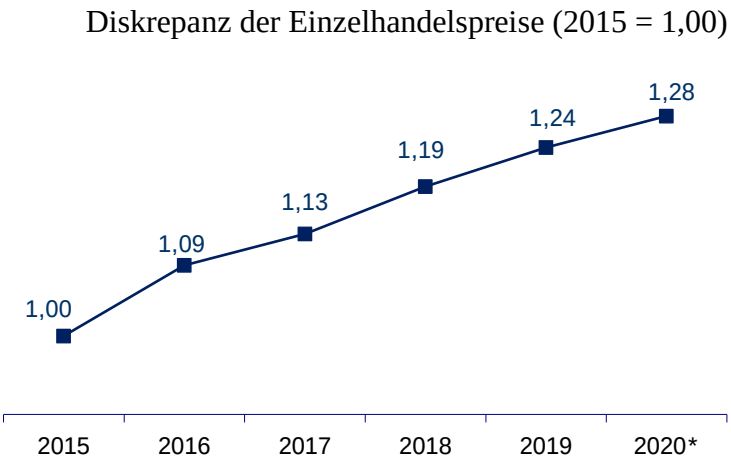


Abbildung 52: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

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

Kleine unabhängige Geschäfte machen mehr als ¼ des Eisverkaufs in Brasilien aus und sind daher relevanter als Supermärkte und Verbrauchermärkte, die zusammen 19 % ausmachen.

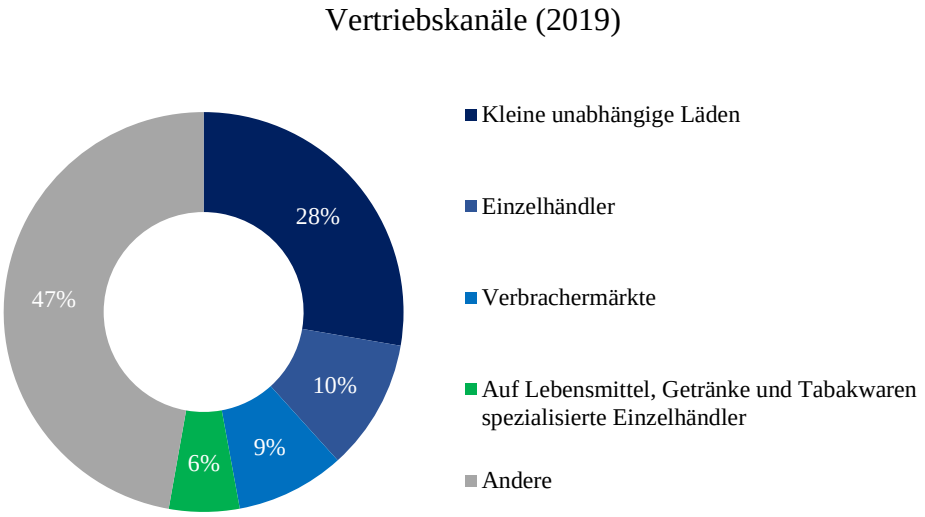


Abbildung 53: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

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

Tabelle 37: Verkaufspreise unterschiedlicher Speiseeissorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Cremosíssimo 2 l Kibon	Unilever	Big	5,92
			Carrefour	5,83
			Pão de Açúcar	5,92
	Nestlé 1,5 l	Nestlé	Big	3,33
			Carrefour	3,13
			Pão de Açúcar	3,24
	Jundiá 2 l	Jundiá Sorvetes	Big	3,33
			Carrefour	3,63
			Pão de Açúcar	–
	Creme Mel 1,5 l	Creme Mel	Big	–
			Carrefour	2,03
			Pão de Açúcar	2,50

	ChicaBon 1,5 l Kibon	Unilever	Big	4,44
			Carrefour	4,81
			Pão de Açúcar	4,61
	Häagen-Dazs 473 ml	General Mills	Big	6,83
			Carrefour	8,43
			Pão de Açúcar	7,39

Quelle: eigene Darstellung

8.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die brasilianischen Eisimporte auf 9,58 Mio. USD, was einem Rückgang von 23 % gegenüber dem Jahr 2018 entspricht. Bei einem Exportvolumen von 2,65 Mio. USD weist Brasilien ein Handelsdefizit von 6,9 Mio. USD auf.

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

Jahr	Speiseeis (HS-Code 2105)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	10.630	434
2016	7.498	872
2017	8.831	412
2018	12.483	943
2019	9.581	2.649

Quelle: Trademap, www.trademap.org

Die USA sind mit einem Anteil von 51 % der Hauptexporteur von Speiseeis nach Brasilien, gefolgt von Frankreich mit 31 %. Im Jahr 2019 wurden brasilianische Eisimporte aus Deutschland nicht erfasst (das letzte Jahr, in dem Brasilien deutsches Eis importierte, war das Jahr 2017 und der Wert betrug 2 Tsd. USD).

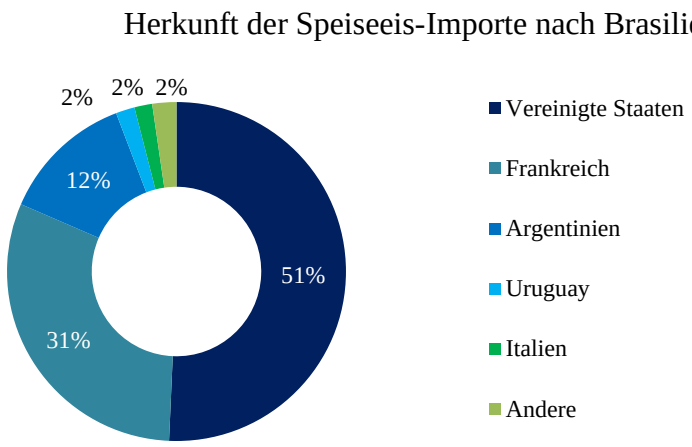


Abbildung 54: Herkunft der Speiseeis-Importe nach Brasilien – HS-Code 2105 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

70 % der brasilianischen Eisexporte sind für fünf Länder bestimmt, wobei allein die Vereinigten Arabischen Emirate etwa 1/5 der Gesamtmenge ausmachen.

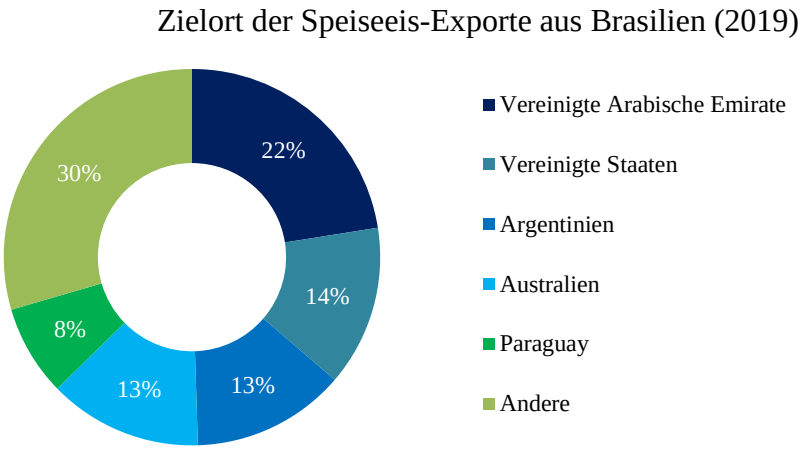


Abbildung 55: Zielort der Speiseeis-Exporte aus Brasilien – HS-Code 2105 (2019)

Quelle: Trademap, www.trademap.org

8.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Mit vier Industrieanlagen vereint das führende Unternehmen Unilever ¼ der Marktanteile in Brasilien auf sich. Der multinationale Konzern Nestlé belegt mit 6,8 % den zweiten Platz, gefolgt von der brasilianischen Firma Sorvetes Jundiá mit 3,5 %.

Tabelle 39: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Unternehmen	%
Unilever	24,1
Nestlé	6,8
Sorvetes Jundiá	3,5
Sorveteria Creme Mel	2,2
General Mills	1,9
Andere	61,5

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

Unilever hat mehrere Marken für die Speiseeislinie, von denen die repräsentativsten Kibon, Cornetto, Fruttare und Chicabon sind. Die Marken Jundiá und Creme Mel bieten die wettbewerbsfähigsten Preise auf dem Markt, während Haagen-Dazs die höchsten Preise für ein wohlhabenderes Publikum hat.

Tabelle 40: Marktanteil nach Marke (2019)

Marken (Unternehmen)	%
Kibon (Unilever)	12,8
Nestlé (Nestlé)	4,6
Jundiá (Sorvetes Jundiá)	3,5
Cornetto (Unilever)	3,4
Fruttare (Unilever)	3,2
Chicabon (Unilever)	2,7
Creme Mel (Sorveteria Creme Mel)	2,2
Haagen-Dazs (General Mills)	1,9
Andere	65,7

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

8.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

8.6.1 Unilever

- Website: www.unilever.com.br
- Vier Produktionsstätten: (2) Pernambuco, (1) São Paulo, (1) Minas Gerais.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eiscreme im Becher und Eis am Stiel.
- Marke: Kibon.
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis) im Jahr 2019: 679,1 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 24,1 %.

8.6.2 Nestlé

- Website: www.nestle.com.br
- 31 Produktionsstätten: (14) São Paulo, (5) Minas Gerais, (3) Rio Grande do Sul, (2) Bahia, (2) Goiás, (2) Pernambuco, (2) Rio de Janeiro und (1) Espírito Santo.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eiscreme im Becher, Eis am Stiel und Eis in der Waffel.
- Marken: Nestlé, La Frutta, Mega u. a.
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis) im Jahr 2019: 191,6 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 6,8 %.

8.6.3 Sorvetes Jundiá

- Website: www.jundia.com.br
- Sechs Produktionsstätten: (5) São Paulo und (1) Rio de Janeiro.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eiscreme im Becher, Eis am Stiel und Eis in der Waffel.
- Marke: Jundiá.
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis) im Jahr 2019: 98,6 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 3,5 %.

8.6.4 Sorveteria Creme Mel

- Website: www.crememel.com.br
- Eine Produktionsstätte: (1) Pernambuco.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eiscreme im Becher, Eis am Stiel und Eis in der Waffel.
- Marke: Creme Mel.
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis) im Jahr 2019: 62 Mio. USD.
- Marktanteil: im Jahr 2019: 2,2 %.

8.6.5 General Mills

- Website: www.generalmills.com.br
- Sechs Produktionsstätten: (2) Rio Grande do Sul, (1) Mato Grosso, (1) Minas Gerais, (1) Paraná und (1) Pernambuco.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eiscreme im Becher und Eis am Stiel.
- Marke: Häagen-Dazs.
- Einzelhandelsverkäufe (Speiseeis) im Jahr 2019: 53,5 Mio. USD.
- Marktanteil im Jahr 2019: 1,9 %.

8.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

Stärken	Schwächen
▪ Deutsche Produkte gelten auf dem brasilianischen Markt als qualitativ hochwertig. ▪ Deutschland ist einer der größten europäischen Eiscremehersteller.	▪ Bewertung der rechtlichen Anforderungen, um die Produkte in Brasilien zu vermarkten. ▪ Während des Zeitraums 2017 – 2020 hat Deutschland kein Eis nach Brasilien exportiert.

Chancen	Risiken
▪ Trotz langsamer Inzidenz steigt der Eisverbrauch mit einer Wachstumsprognose von 1,6 % für das Jahr 2020. ▪ Erhöhter Verzehr von Eis nach handwerklichen Rezepten.	▪ Wettbewerbsfähiger Markt und sehr empfindlich gegenüber dem Preisfaktor. ▪ Abwertung des BRL gegenüber dem Euro von rund 31 % im Jahr 2020.

Abbildung 56: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Für das Jahr 2021 wird ein Eisverbrauch von 2,86 Mrd. USD geschätzt und die Produzenten mit handwerklichen Rezepten gewinnen immer mehr an Bedeutung. Das Unternehmen Bacio di Latte, das im Jahr 2011 von italienischen Brüdern in Brasilien gegründet wurde, verfügt nach neun Jahren Erfahrung über mehr als 140 Geschäfte in Brasilien und gilt als Referenz im Bereich handwerkliches Eis.

Brasilien registriert keine Importe von Speiseeis aus Deutschland, was auf ein Potenzial hinweist, das von der deutschen Industrie nicht ausgeschöpft wurde, und im Jahr 2019 importierte Brasilien einen Wert in Höhe von 3 Mio. USD aus Frankreich.

Die Marktbedingungen können für Neueinsteiger als günstig angesehen werden. Einige Aspekte müssen jedoch berücksichtigt werden:

1. Die Abwertung des BRL gegenüber dem Euro, die zwischen Januar – September 2020 etwa 31 % betrug, wodurch importierte Produkte auf dem Inlandsmarkt weniger wettbewerbsfähig wurden.

2. Die Notwendigkeit, die Einstiegsstrategie, die Zielvertriebskanäle und einen lokalen Partner mit konsolidierter Vernetzung im Speiseeissektor sorgfältig auszuwählen, um auch Anpassungen der Verpackung vorzunehmen und die am besten geeigneten potenziellen Einzelhändler und die Handelsstrategie zu finden.

9. Einschätzung deutscher Lieferanten insgesamt

Diese Studie zeigte, dass die fünf analysierten Sektoren im Zeitraum 2015 – 2019 ein signifikantes Wachstum aufwiesen und dass für das Jahr 2020 mit Ausnahme der Süßwarenbranche ein Nachfragewachstum zwischen 1,5 % - 7,7 % erwartet wird.

International bekannte multinationale Unternehmen wie PepsiCo, Nestlé, Mondelez und Unilever haben Produktionsstätten in Brasilien und führen starke Marketingkampagnen durch, um Ihre Präsenz auf dem Markt abzusichern.

Trotzdem ergab die Studie, dass:

- Deutschland zu den sechs Hauptexporteuren von Cerealien/Getreide, Süßwaren und Backwaren nach Brasilien gehört und dass deutsche Produkte auf dem Inlandsmarkt als von hoher Qualität gelten.
- Im Jahr 2019 wurden keine Importe von Knabberartikeln und Speiseeis aus Deutschland getätigt, die europäischen Länder Spanien und Frankreich gehörten jedoch zu den Top drei, was auf Möglichkeiten hinweist, die die deutsche Lebensmittelindustrie derzeit nicht auslotet.

Die Nachfrage nach natürlichen Produkten mit einer gesunden Anziehungskraft wird hervorgehoben und wird für brasilianische Verbraucher immer alltäglicher, wie von befragten Branchenexperten hervorgehoben wurde.

Neben der Qualität der Produkte und ihrer Inhaltsstoffe muss auch die Qualität der erbrachten Dienstleistung gesichert werden. Dafür ist es wichtig, mit qualifizierten lokalen Partnern zusammenzuarbeiten, die in der Branche konsolidiert sind und über Erfahrung in der Vermarktung europäischer Produkte verfügen.

10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

ALPHA CANDIES (Importeur/Distributor)
Adresse: Rua Ourinhos, #178 Jd. Bloco C - CEP 18085-460 Sorocaba – SP, Brasilien
Telefonnummer: + +55 15 3202- 9111
Ansprechpartner: Paulo Fragoso
E-Mail: contato@alphacandies.com.br
Website: www.alphacandies.com

APAS Show (Messe)
Adresse: Rua José Bernardo Pinto, #333, São Paulo, São Paulo, Brasilien
Telefonnummer: +55 11 3647- 5000
Ansprechpartnerin: Cleitiane Silva
E-Mail: cleitiane.silva@apas.com.br
Website: www.apasshow.com

ARCO-MIX (Einzelhändler)
Adresse: Avenida Afonso Olindense, #2032, Recife, Pernambuco, Brasilien
Telefonnummer: +55 81 3375- 7600
Ansprechpartner: Antônio Marcos Bezerra
E-Mail: marcos@arcomix.com.br
Website: www.arcomix.com.br

BIG (Einzelhändler)
Adresse: Av. Tucunaré, #125, Barueri, São Paulo, Brasilien
Telefonnummer: +55 11 2103- 5873
Ansprechpartnerin: Susana Fagundes
E-Mail: susana.fagundes@big.com.br
Website: www.big.com.br

CASA FIESTA (Einzelhändler)
Adresse: Avenida Coronel Francisco H. dos Santos, #1450, Curitiba, Paraná, Brasilien
Telefonnummer: +55 41 3087- 7015 | +55 41 3087- 7002
Ansprechpartner: Marcelo Breda
E-Mail: marcelobreda@casafiesta.com.br
Website: www.casafiesta.com.br

DELMORO (Einzelhändler)
Adresse: Av. Ludovico da Riva Neto, #2920, Alta Floresta, Mato Grosso, Brasilien
Telefonnummer: +55 66 3907- 6000
Ansprechpartner: Wilson Andrade
E-Mail: wilson.andrade@delmoro.com.br
Website: www.delmoro.com.br

FISPAL Food Service (Messe)
Adresse: Rua José Bernardo Pinto, #333, São Paulo, São Paulo, Brasilien
Telefonnummer: +55 11 4632- 0230
Ansprechpartnerin: Ana Domingues
E-Mail: comercial.foodservice@informa.com
Website: www.fispalfoodservice.com.br

G BARBOSA (Einzelhändler)
Adresse: Rua Ministro Nelson Hungria, #155, Aracaju, Sergipe, Brasilien
Telefonnummer: +55 79 3216- 5200
Ansprechpartnerin: Lilian Reis
E-Mail: lilian.reis@cencosud.com.br
Website: www.gbarbosa.com.br

GRUPO PEREIRA (Großhändler)
Adresse: Rua Brilhante, #1988, Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasilien
Telefonnummer: +55 11 99329- 0205
Ansprechpartner: Fernando Cerello
E-Mail: fernandocerello@grperira.com.br
Website: www.grpereira.com.br

KOELNMESSE BRASIL (Messe)
Adresse: Avenida Francisco Matarazzo, #1752, São Paulo, São Paulo, Brasilien
Telefonnummer: +55 11 3874- 0031
Ansprechpartner: Michael Fine
E-Mail: m.fine@koelnmesse.com.br
Website: www.koelnmesse.com.br

LÍDER (Einzelhändler)
Adresse: Rua dos Pariquis, #1056, Belém, Pará, Brasilien
Telefonnummer: +55 91 4008- 1000
Ansprechpartner: Oscar Lobato
E-Mail: oscar@lidernet.com.br
Website: www.grupolideronline.com.br

SAVENAGO (Einzelhändler)
Adresse: Av. N. Sra. Aparecida, 2466, Sertãozinho, São Paulo, Brasil
Telefonnummer: +55 16 3946- 2088
Ansprechpartner: Gilberto Alvez
E-Mail: gilberto.alvez@savegnago.com.br
Website: www.savegnago.com.br

ST. MARCHE (Einzelhändler)
Adresse: Avenida Comendador Adibo Ares, #275, São Paulo, São Paulo, Brasilien
Telefonnummer: +55 11 3833- 6000
Ansprechpartnerin: Natalia Daher
E-Mail: natalia.daher@marche.com.br
Website: www.marche.com.br

STUTTGART (Importeur/ Distributor)
Adresse: Rua Almirante Barroso, #1360, Blumenau, Santa Catarina, Brasilien
Telefonnummer: +55 47 3323- 2137
Ansprechpartner: Frank Hirt
E-Mail: frank@stuttgart.com.br
Website: www.stuttgart.com.br

SUPER IMEC (Einzelhändler)
Adresse: RS 130, #3880, Lajeado, Rio Grande do Sul, Brasilien
Telefonnummer: +55 51 3714- 8100
Ansprechpartner: Alexandre Buza
E-Mail: buza@superimec.com.br
Website: www.superimec.com.br

SUPER MUFFATO (Einzelhändler)
Adresse: Rodovia Mello Peixoto, #8475 - km 164, Bloco 1, Cambé, Paraná, Brasilien
Telefonnummer: +55 43 3174- 1300
Ansprechpartnerin: Renata Cortez
E-Mail: gerencia.importacao@muffato.com.br
Website: www.supermuffato.com.br

VERATTI (Einzelhändler)
Adresse: Avenida José Ferreira da Costa, #1570, Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasilien
Telefonnummer: +55 31 3399- 4211
Ansprechpartner: Jean Godard
E-Mail: jean.godard@supernosso.com.br
Website: www.veratti.com.br

ZAFFARI (Einzelhändler)
Adresse: Av. Plinio Brasil Milano, #1000, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasilien
Telefonnummer: +55 51 3337- 3111
Ansprechpartner: Cláudio Zaffari
E-Mail: comercial@zaffari.com.br
Website: www.grupozaffari.com.br

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
quistis/stock.adobe.com

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

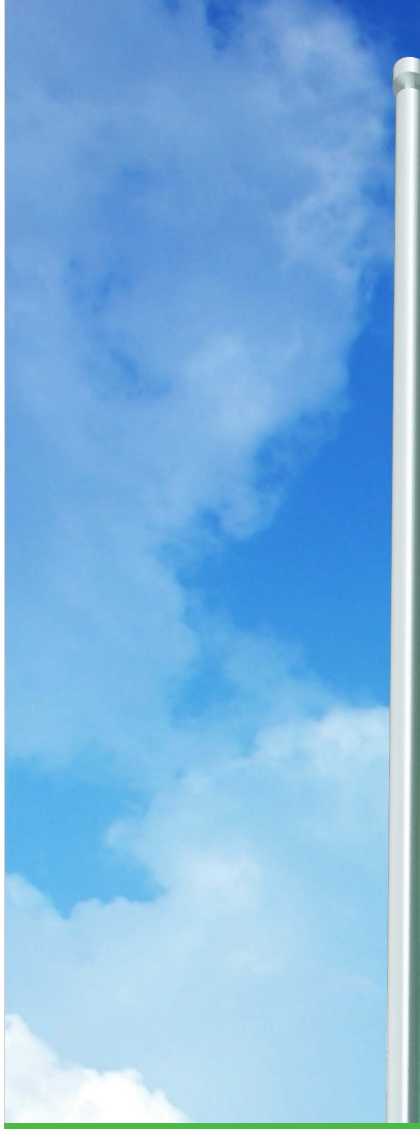
Bearbeiter/ -in; Redaktion
Fabrizio Broggini
Gabriel Walmory
Marco Alessandro Franke

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS
Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt Broggini 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 Broggini 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
Lebensministerium

www.agrarexportfoerderung.de