



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft



# Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Mexiko

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



## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	3
Tabellenverzeichnis .....	6
Abbildungsverzeichnis .....	7
Abkürzungsverzeichnis .....	9
1. Zusammenfassung .....	10
2. Einleitung .....	11
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick .....	12
3.1 Länderkurzinformation .....	12
3.1.1 Geografische Lage .....	12
3.1.2 Bevölkerung .....	13
3.1.3 Der <i>Ease of Doing Business</i> -Index .....	14
3.2 Wirtschaftliche Lage und Ausblick .....	14
3.2.1 BIP .....	14
3.2.2 Arbeitslosigkeit .....	16
3.2.3 Inflationsrate .....	16
3.2.4 Außenhandelsbilanz .....	17
3.3 Lebensmittelproduktionszentren .....	17
3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb .....	18
4. Die Süßwarenindustrie .....	20
4.1 Kurze Einführung in den Markt .....	20
4.2 Überblick über die lokale Produktion .....	20
4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie .....	21
4.3.1 Schokoladenwaren .....	24
4.3.2 Zuckerwaren .....	26
4.3.3 Kaugummiwaren .....	28
4.4 Überblick über Exporte und Importe .....	29
4.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	32
4.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller .....	34
4.6.1 Mars Wrigley Confectionery .....	34
4.6.2 Nestlé .....	34
4.6.3 Ferrero .....	35
4.6.4 Hershey .....	35
4.6.5 Bimbo .....	35
4.6.6 Mondelez .....	36
4.6.7 Dulces y Chocolates de la Rosa .....	37
4.6.8 Canel's .....	37
4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller .....	38

5. Die Knabberartikelindustrie .....	40
5.1 Kurze Einführung in den Markt.....	40
5.2 Überblick über die lokale Produktion.....	40
5.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	41
5.4 Überblick über Importe und Exporte.....	45
5.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	46
5.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	47
5.6.1 Sabritas (PepsiCo).....	47
5.6.2 Bimbo.....	48
5.6.3 PepsiCo .....	48
5.6.4 ConAgra Foods .....	49
5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	50
6. Die Backwarenindustrie .....	52
6.1 Kurze Einführung in den Markt.....	52
6.2 Überblick über die lokale Produktion.....	52
6.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	53
6.3.1 Backprodukte .....	56
6.3.2 Kleingebäck .....	59
6.4 Überblick über Exporte und Importe.....	61
6.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	62
6.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	63
6.6.1 Bimbo.....	64
6.6.2 PepsiCo .....	64
6.6.3 Mondeléz.....	65
6.6.4 Kellogg.....	65
6.6.5 Gómez Cuétara Hnos .....	66
6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	66
7. Die Cerealienindustrie.....	69
7.1 Kurze Einführung in den Markt.....	69
7.2 Überblick über die lokale Produktion.....	69
7.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	70
7.4 Überblick über Exporte und Importe.....	74
7.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	76
7.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	77
7.6.1 Kellogg.....	77
7.6.2 Nestlé .....	78
7.6.3 PepsiCo .....	78
7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	79
8. Der Speiseeismarkt.....	81

8.1 Kurze Einführung in den Markt.....	81
8.2 Überblick über die lokale Produktion.....	81
8.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	82
8.4 Überblick über Exporte und Importe.....	86
8.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller .....	87
8.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	88
8.6.1 Unilever.....	88
8.6.2 Grupo Herdez.....	89
8.6.3 Qualamex .....	90
8.6.4 General Mills .....	90
8.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller.....	91
9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt.....	93
10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland.....	94

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mexiko in der Weltrangliste der Tätigkeit erfolgreicher Geschäfte (2019).....	14
Tabelle 2: BIP zu konstanten Preisen mit festgelegtem Wechselkurs aus 2010 berechnet (im Zeitraum 2015 bis 2020) .....	15
Tabelle 3: BIP pro Kopf (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	15
Tabelle 4: Konsum von Süßwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD) .....	22
Tabelle 5: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	23
Tabelle 6: Segmentierung des Schokoladenverbrauchs (2019) .....	24
Tabelle 7: Verkaufspreise unterschiedlicher Schokoladensorten.....	25
Tabelle 8: Segmentierung des Zuckerwarenverbrauchs (2019).....	26
Tabelle 9: Verkaufspreise unterschiedlicher Zuckerwarensorten .....	27
Tabelle 10: Verkaufspreise unterschiedlicher Kaugummisorten .....	29
Tabelle 11: Importe/Exporte: i) Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen (HS-Code 1806) und ii) Zuckerwaren ohne Kakaogehalt, einschl. weiße Schokolade (HS-Code 1704).....	30
Tabelle 12: Marktanteil nach Unternehmen (2019) .....	32
Tabelle 13: Marktanteil nach Marke (2019).....	33
Tabelle 14: Segmentierung des Knabberartikelkonsums (2019) .....	42
Tabelle 15: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	43
Tabelle 16: Verkaufspreise unterschiedlicher Knabberartikelsorten .....	44
Tabelle 17: Importe/Exporte: Schalenfrüchte und andere Samen, einschl. Mischungen, zubereitet oder haltbar gemacht (HS-Code 200819).....	45
Tabelle 18: Marktanteil nach Unternehmen.....	46
Tabelle 19: Marktanteil nach Marke (2019).....	47
Tabelle 20: Konsum von Backwaren von 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD).....	55
Tabelle 21: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	56
Tabelle 22: Segmentierung des Backproduktenverbrauchs (2019).....	57
Tabelle 23: Verkaufspreise unterschiedlicher Backproduktsorten.....	58
Tabelle 24: Segmentierung des Konsums von süßen Keksen, Snackriegeln & Fruchtsnacks.	59
Tabelle 25: Verkaufspreise unterschiedlicher Kleingebäcksorten .....	60
Tabelle 26: Importe/Exporte: Backwaren (HS-Code 1905).....	61
Tabelle 27: Marktanteil nach Unternehmen (2019) .....	63
Tabelle 28: Marktanteil nach Marke (2019).....	63
Tabelle 29: Segmentierung des Konsums von Frühstückscerealien (2019).....	71
Tabelle 30: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	72
Tabelle 31: Verkaufspreise unterschiedlicher Frühstückscerealienarten .....	73
Tabelle 32: Importe/Exporte: Cerealien, durch Aufblähen oder Rösten von Getreide oder Getreideerzeugnissen hergestellt (HS-Code 1904) .....	75

Tabelle 33: Marktanteil nach Unternehmen (2019) .....	76
Tabelle 34: Marktanteil nach Marke (2019).....	77
Tabelle 35: Segmentierung des Speiseeisverbrauchs (2019) .....	84
Tabelle 36: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	84
Tabelle 37: Verkaufspreise unterschiedlicher Speiseeissorten .....	86
Tabelle 38: Importe/Exporte: Speiseeis (HS-Code 2105).....	87
Tabelle 39: Marktanteil nach Unternehmen (2019) .....	88
Tabelle 40: Marktanteil nach Marke (2019).....	88

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geografische Lage Mexikos .....	12
Abbildung 2: Bevölkerungsanzahl in Mexiko (im Zeitraum 2015 bis 2019) .....	13
Abbildung 3: Alterssegmentierung der Bevölkerung (2019).....	13
Abbildung 4: Entwicklung des BIP (im Zeitraum 2015 bis 2020) .....	15
Abbildung 5: Anteile der Wirtschaftssektoren am Bruttoinlandsprodukt (2019) .....	16
Abbildung 6: Arbeitslosenquote in Mexiko (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	16
Abbildung 7: Inflationsrate in Mexiko (im Zeitraum 2015 bis 2020).....	17
Abbildung 8: Mexikanische Außenhandelsbilanz (im Zeitraum 2017 bis 2019) .....	17
Abbildung 9: Zentren der industrialisierten Lebensmittelproduktion in Mexiko (2019).....	18
Abbildung 10: Verpackungsetiketten in Mexiko .....	19
Abbildung 11: Standorte der wichtigsten Süßwarenhersteller in Mexiko .....	21
Abbildung 12: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	21
Abbildung 13: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) .....	22
Abbildung 14: Anteil konsumierter Süßwaren (2019).....	23
Abbildung 15: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) .....	24
Abbildung 16: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) .....	25
Abbildung 17: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) .....	27
Abbildung 18: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) .....	28
Abbildung 19: Herkunft der Schokoladenimporte nach Mexiko – HS-Code 1806 (2019) .....	30
Abbildung 20: Herkunft der Zuckerwarenimporte nach Mexiko – HS-Code 1704 (2019).....	31
Abbildung 21: Zielorte der Schokoladenexporte aus Mexiko – HS-Code 1806 (2019).....	31
Abbildung 22: Zielorte der Zuckerwarenexporte aus Mexiko – HS-Code 1704 (2019).....	32
Abbildung 23: SWOT-Analyse .....	38
Abbildung 24: Standorte der wichtigsten Knabberartikelhersteller in Mexiko .....	41
Abbildung 25: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	41
Abbildung 26: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) .....	42

Abbildung 27: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) .....	43
Abbildung 28: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) .....	44
Abbildung 29: SWOT-Analyse .....	50
Abbildung 30: Standorte der wichtigsten Backwarenhersteller in Mexiko .....	53
Abbildung 31: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	54
Abbildung 32: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) .....	54
Abbildung 33: Anteile des Backwarenverbrauchs (2019) .....	55
Abbildung 34: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) .....	56
Abbildung 35: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) .....	57
Abbildung 36: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) .....	59
Abbildung 37: Herkunft der Backwaren-Importe nach Mexiko – HS-Code 1905 (2019).....	61
Abbildung 38: Zielorte der Backwaren-Exporte aus Mexiko – HS-Code 1905 (2019).....	62
Abbildung 39: SWOT-Analyse .....	67
Abbildung 40: Standorte der wichtigsten Cerealienhersteller in Mexiko .....	70
Abbildung 41: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	70
Abbildung 42: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) ...	71
Abbildung 43: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) .....	72
Abbildung 44: Anteile der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019).....	73
Abbildung 45: Herkunft der Cerealien-Importe nach Mexiko – HS-Code 1904 (2019) .....	75
Abbildung 46: Zielorte der Cerealien-Exporte aus Mexiko – HS-Code 1904 (2019) .....	76
Abbildung 47: SWOT-Analyse .....	79
Abbildung 48: Standorte der wichtigsten Speiseeishersteller in Mexiko .....	82
Abbildung 49: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t).....	83
Abbildung 50: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD) .....	83
Abbildung 51: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020) .....	85
Abbildung 52: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019) .....	85
Abbildung 53: SWOT-Analyse .....	91

## Abkürzungsverzeichnis

Banxico	Zentralbank von Mexiko
Bio.	Billionen
BIP	Bruttoinlandsprodukt
CAGR	Jährliche Wachstumsrate
CIA	Central Intelligence Agency
CDMX	Mexiko-Stadt
CMR	Internationale Vereinbarung über Beförderungsverträge auf Straßen
COFEPRIS	Kommission zum Schutz vor gesundheitlichen Risiken
Covid-19	Coronavirus
g	Gramm
HS	Harmonized System
INEGI	Nationales Institut für Statistik und Geografie
Kcal	Kilokalorie
kg	Kilogramm
km	Kilometer
km <sup>2</sup>	Quadratkilometer
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
l	Liter
mg	Milligramm
ml	Milliliter
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
MXN	Mexikanischer Peso
NOM	Offizielle mexikanische Normen
OPS	Panamerikanische Gesundheitsorganisation
SSA	Gesundheitsministerium
SAGARPA	Ministerium für Landwirtschaft, Viehzucht, ländliche Entwicklung, Fischerei und Ernährung
SFA	gesättigte Fettsäure
SWOT	Stärken, Schwächen, Chancen & Risiken
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
USD	US-Dollar

## 1. Zusammenfassung

Mit positiven Indizes für wirtschaftliche Freiheit und internationalen Handel ist Mexiko nach Brasilien die zweitgrößte Volkswirtschaft Lateinamerikas. Laut der Weltbank belegt Mexiko auf internationaler Ebene den 15. Platz der größten Volkswirtschaften der Welt.

Mit einer Bevölkerung von ca. 128 Mio. Einwohnern verzeichnete Mexiko 2019 ein Bruttoinlandsprodukt (BIP) zu konstanten Preisen von 1,31 Bio. US-Dollar (USD). Aufgrund des Coronavirus (Covid-19) wird für 2020 ein Rückgang um 9,4 % und für 2021 ein Wachstum von 3,2 % veranschlagt.

Im Jahr 2019 belief sich der mexikanische Verbrauch von Süßwaren (Zucker, Kaugummi und Schokoladen), Knabberartikel, Backwaren, Cerealien und Speiseeis auf 25,8 Mrd. USD und war wie folgt segmentiert:

- Backwaren: 67,5 %
- Knabberartikel: 14,1 %
- Süßwaren: 13,9 %
- Cerealien: 2,5 %
- Speiseeis: 2,0 %

Für 2020 wird ein Nachfragewachstum von 5 % erwartet, wobei alle der fünf analysierten Segmente positive Raten aufweisen werden. Knabberartikel sind die Branche mit dem höchsten Wachstum 2020 mit 12,5 %, während die Cerealienbranche mit 2,7 % das geringste Wachstum aufweisen wird.

Mexiko verfügt über Lebensmittelproduktionseinheiten in sechs Regionen des Landes, wobei die Region des Estado de México der repräsentativste Produktionspol ist. Multinationale Unternehmen wie Bimbo, Nestlé, PepsiCo und Unilever haben Produktionsstätten im Land und gehören zu den Marktführern in ihren jeweiligen Sektoren.

Die Abwertung des mexikanischen Peso (MXN) gegenüber dem Euro um etwa 23 % im Zeitraum Januar bis September 2020 macht europäische Produkte auf dem lokalen Markt weniger wettbewerbsfähig. Deutsche Lebensmittelprodukte werden jedoch von den lokalen Verbrauchern als qualitativ hochwertig angesehen und es ist wichtig, in Zusammenarbeit mit einem lokalen Geschäftspartner Geschäftsmöglichkeiten und spezifische Marktnischen zu identifizieren und zu erkunden, um auf dem mexikanischen Markt erfolgreich zu sein.

## 2. Einleitung

Durch die Erstellung dieser Marktstudie wird darauf abgezielt, Daten über die mexikanische Wirtschaft und deren Süßwaren-, Knabberartikel-, Cerealien- und Speiseeisbranche 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 aufgezeigt.

Es ist anzumerken:

- Die Werte werden in USD angegeben, wobei ein Wechselkurs von USD 1 = MXN 22,08 verwendet wird.
- Die Daten von 2020 und 2021 sind mit \* hervorgehoben, da es sich dabei um Prognosen handelt.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

## 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

### 3.1 Länderkurzinformation

Aufgrund der strategischen geografischen Lage und des Freihandelsabkommens mit den Vereinigten Staaten, Kanada und der Europäischen Union ist Mexiko in Bezug auf internationalen Handel ein wettbewerbsfähiges Land.

Auf den Bundesstaat Estado de México und die Hauptstadt Ciudad de México oder Mexiko-Stadt (CDMX) konzentrieren sich ca. 25 % des gesamten BIP.

Bis 2019 wies Mexikos Außenhandelsbilanz einen Überschuss auf und verzeichnete Importe in Höhe von 467,3 Mrd. USD und Exporte in Höhe von 472,3 Mrd. USD. Die wichtigsten Handelspartner sind die Vereinigten Staaten, Kanada, Deutschland und China.

#### 3.1.1 Geografische Lage

Mit einer föderalen Staatsform liegt Mexiko im südlichen Teil Nordamerikas und grenzt an die Vereinigten Staaten (mit einer 3.142 km langen Grenze), Guatemala und Belize. Mit einer Gesamtfläche von ca. 2 Mio. km<sup>2</sup> ist es das fünftgrößte Land Amerikas und das vierzehntgrößte der Welt.



Abbildung 1: Geografische Lage Mexikos

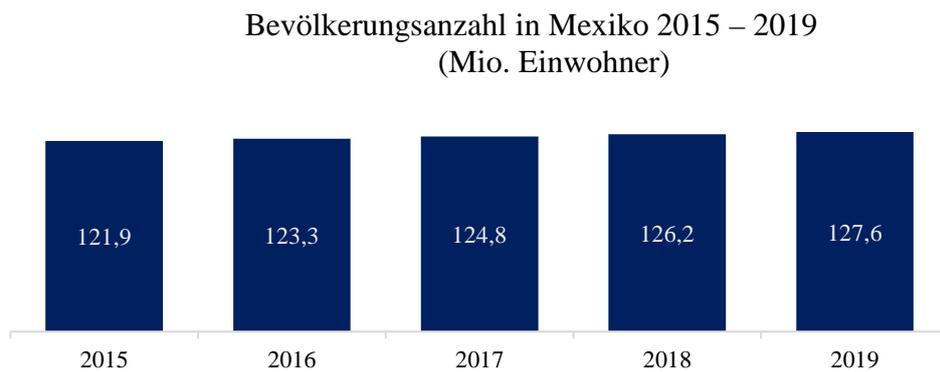
Quelle: The World Fact Book – Central Intelligence Agency (CIA), [www.cia.gov](http://www.cia.gov)

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

#### 3.1.2 Bevölkerung

Im Jahr 2019 verzeichnete Mexiko eine Bevölkerung von 127,6 Mio. Einwohnern, was einem Wachstum um 1,1 % gegenüber 2018 entspricht. Es wird geschätzt, dass bis Ende 2020 die Bevölkerung 128 Mio. Einwohner überschreiten wird.

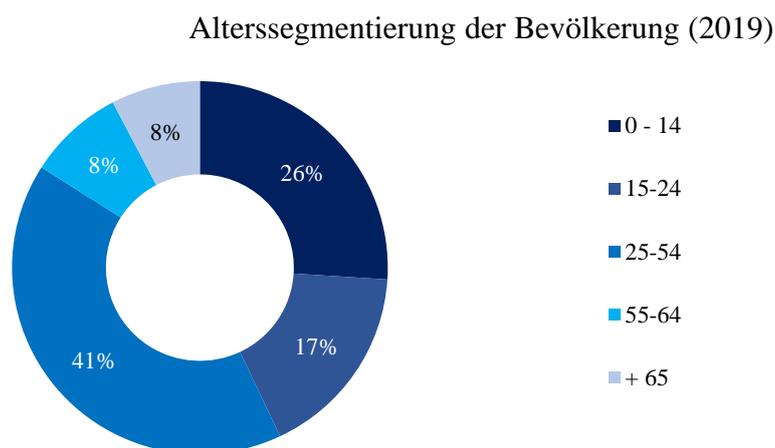
Von der Gesamtbevölkerung im Jahr 2019 waren schätzungsweise 51 % Frauen und 49 % Männer.



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

Quelle: Weltbank, [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

Im Jahr 2019 betrug das Durchschnittsalter der mexikanischen Bevölkerung 29 Jahre (28 Jahre für Männer und 30 Jahre für Frauen), während die Lebenserwartung auf 76 Jahre geschätzt wird (73 Jahre für Männer und 79 Jahre für Frauen).



**Abbildung 3: Alterssegmentierung der Bevölkerung (2019)**

Quelle: World Factbook – CIA, [www.cia.gov](http://www.cia.gov)

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

#### 3.1.3 Der *Ease of Doing Business*-Index

Im *Ease of Doing Business*-Ranking der Weltbank, das 190 Länder umfasst, liegt Mexiko auf Platz 60. Der Erhalt von Krediten ist der stärkste Punkt, während die Zahlung von Steuern der kritischste ist.

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

Kategorien (Wert)	Ranking
<i>Ease of Doing Business</i> -Index	60
Gründung eines neuen Unternehmens	107
Ewern einer Baugenehmigung	93
Zugang zu Elektrizität	106
Eigentumsregistratur	105
Zugang zu Krediten	11
Schutz von Investoren	61
Steuern	120
Internationaler Handel	69
Vertragssicherheit	43
Insolvenzverfahren	33

Quelle: Doing Business, [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org)

## 3.2 Wirtschaftliche Lage und Ausblick

### 3.2.1 BIP

Im Jahr 2019 verzeichnete Mexiko ein BIP zu konstanten Preisen von 1,31 Bio. USD und damit einen Rückgang um 0,15 % im Vergleich zu 2018.

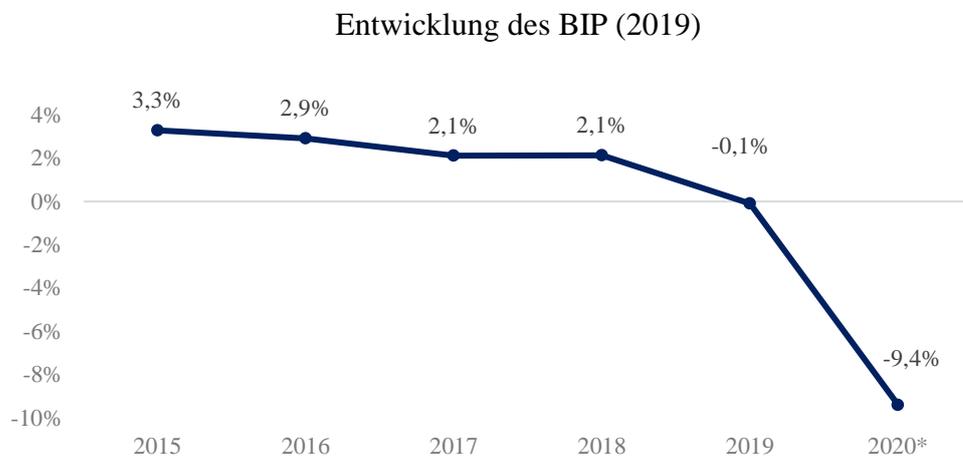
Die Zentralbank von Mexiko (Banxico) prognostiziert aufgrund der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie einen Rückgang des BIP um 9,4 % für 2020 und ein Wachstum von 3,2 % für 2021.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

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

Jahr	Mrd. USD (konstante Preise 2010)
2015	1.223
2016	1.259
2017	1.285
2018	1.313
2019	1.311
2020*	1.188

Quelle: Weltbank, [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)



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

Quelle: Weltbank, [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

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

Jahr	USD (konstante Preise 2010)
2015	10.037
2016	10.206
2017	10.301
2018	10.403
2019	10.276
2020*	9.259

Quelle: Weltbank: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Anteile der Wirtschaftssektoren am BIP (2019)

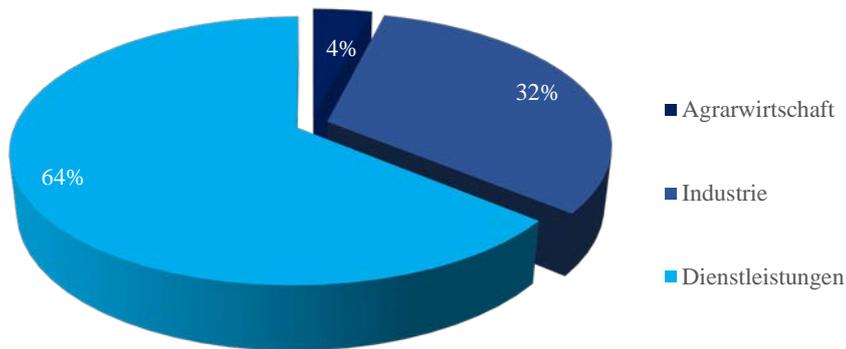


Abbildung 5: Anteile der Wirtschaftssektoren am Bruttoinlandsprodukt (2019)

Quelle: Nationales Institut für Statistik und Geographie (INEGI), [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)

#### 3.2.2 Arbeitslosigkeit

Die Arbeitslosigkeit in Mexiko lag im Zeitraum 2015 bis 2019 zwischen 3,3 % und 4,3 %. Aufgrund der Auswirkungen der Covid-19-Pandemie wird für 2020 eine höhere Rate von 5,2 % erwartet.

Arbeitslosenquote in Mexiko (2015 – 2020)

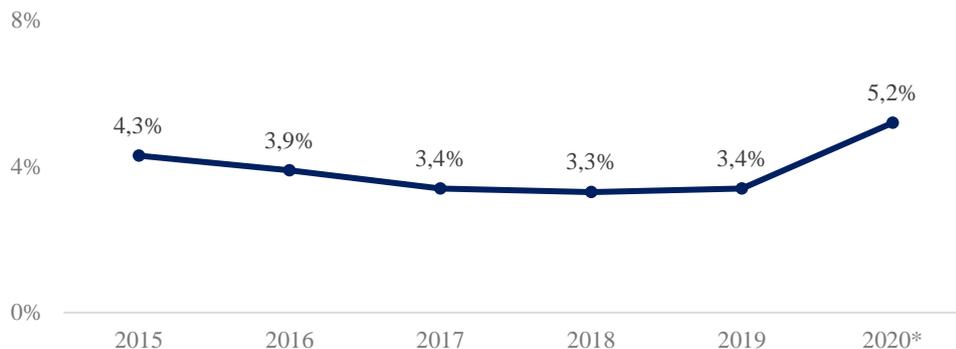


Abbildung 6: Arbeitslosenquote in Mexiko (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Weltbank; INEGI, [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org); [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)

#### 3.2.3 Inflationsrate

Seit 2017 ist die Inflation in Mexiko deutlich zurückgegangen. Die Zentralbank von Mexiko (Banxico) schätzt, dass die Inflationsrate für 2020 nahe bei 4,1 % liegen wird.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Inflationsrate in Mexiko (2015 – 2020)

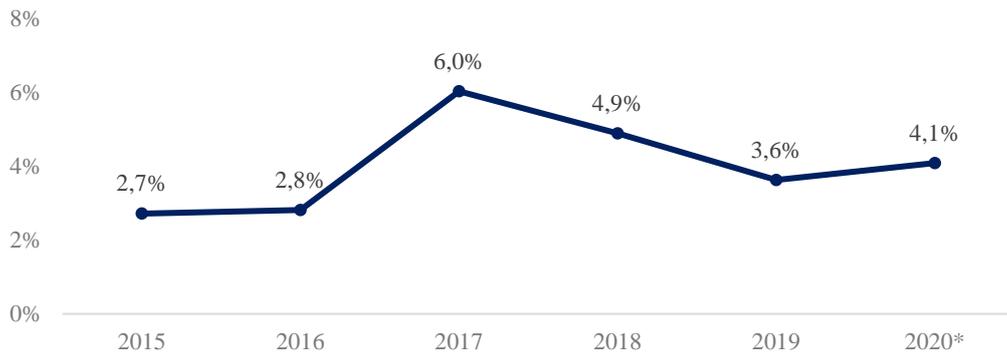


Abbildung 7: Inflationsrate in Mexiko (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Weltbank, [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

#### 3.2.4 Außenhandelsbilanz

Die mexikanische Außenhandelsbilanz war im Zeitraum 2017 bis 2018 defizitär. Für 2019 belief sie sich auf einen Überschuss im Wert von 5 Mrd. USD.

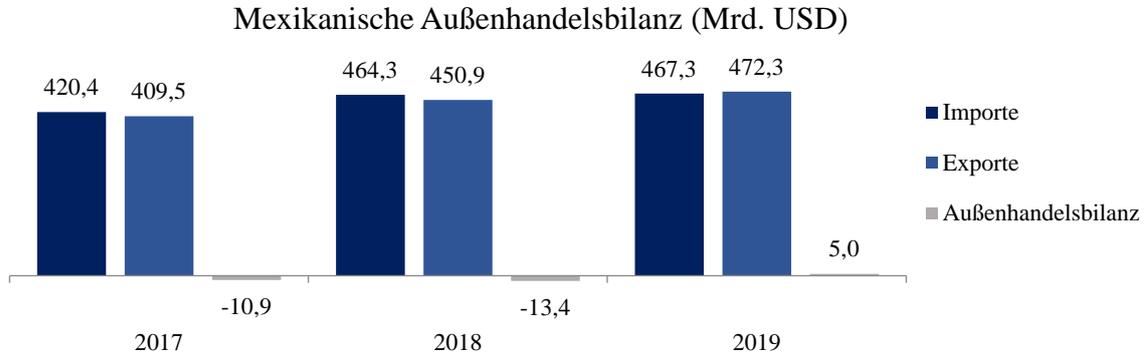


Abbildung 8: Mexikanische Außenhandelsbilanz (im Zeitraum 2017 bis 2019)

Quelle: TradeMap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

### 3.3 Lebensmittelproduktionszentren

Unter Berücksichtigung der führenden Unternehmen der analysierten Branchen und mit Herstellung in Mexiko wurden 18 Unternehmen identifiziert, die insgesamt 120 Produktionseinheiten im Land haben.

Die Fabriken konzentrieren sich auf sechs Bundesstaaten Mexikos, wobei der Estado de México (einschl. Mexiko-Stadt), wo 35 Fabriken konzentriert sind, der repräsentativste Pol ist.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

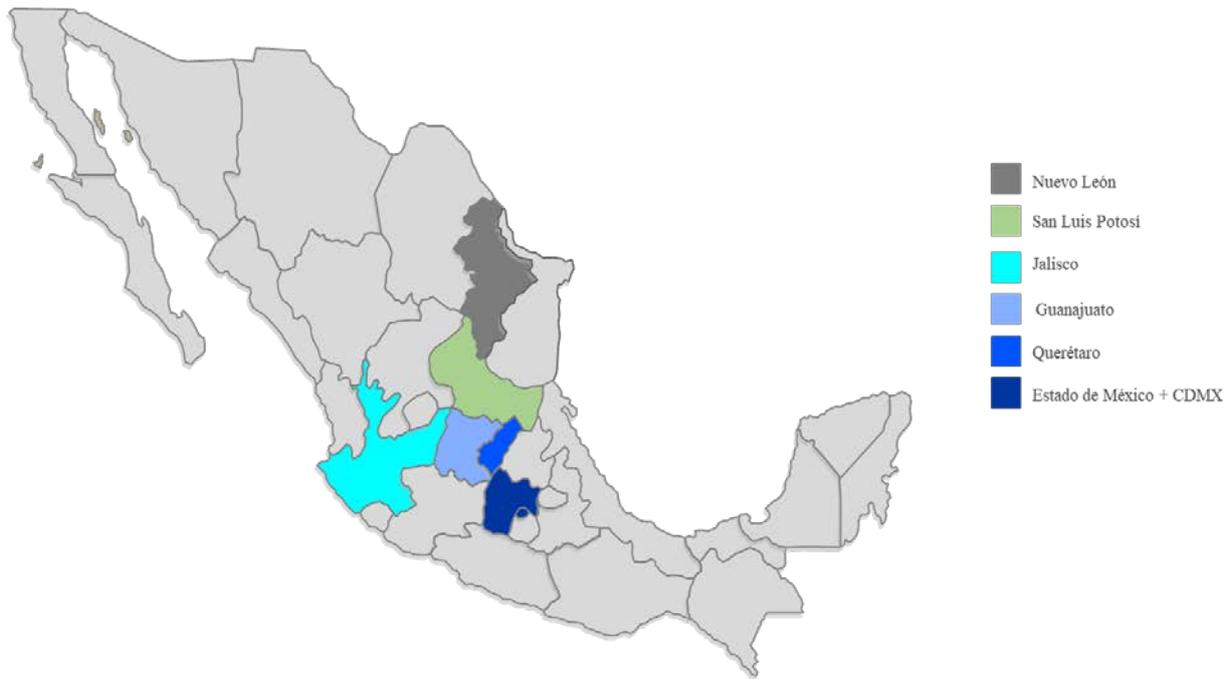


Abbildung 9: Zentren der industrialisierten Lebensmittelproduktion in Mexiko (2019)

Quelle: eigene Darstellung

### 3.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb

Um Lebensmittel nach Mexiko exportieren zu können, müssen beim Gesundheitsministerium (SSA) über die Kommission zum Schutz vor gesundheitlichen Risiken (COFEPRIS) Genehmigungen mit folgenden Angaben eingeholt werden:

- Gesundheitsbescheinigung aus dem Herkunftsland des Produkts
- Verkaufszertifikat
- Gewichts- und Volumenbescheinigung
- Physiochemische und mikrobiologische Analyse für jede Charge
- Frachtdokumente der internationalen Vereinbarung über Beförderungsverträge auf Straßen (CMR): Luft- bzw. Seefrachtbrief
- Originaletikett und in Spanisch übersetzte Etikett
- Handelsrechnung (Ort und Datum der Ausstellung, Name und Adresse des endgültigen Bestimmungsortes, detaillierte Handelsbeschreibung, Name und Adresse des Verkäufers)
- Importlizenz (Dokument, das den legalen Aufenthalt der Waren in Mexiko bestätigt)

Laut der neuen offiziellen mexikanischen Norm zur Kennzeichnung (NOM-051) müssen importierte Lebensmittelprodukte den folgenden Vorschriften entsprechen:

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

- Warnstempel bzw. Siegelerklärung „Exceso“ (deutsch: „hoher Gehalt an“) auf der Verpackungsvorderseite:
  - hoher Kaloriengehalt – ab 275 Kcal pro 100 g / 70 Kcal pro 100 ml
  - hoher Zuckergehalt – ab 10 % des Lebensmittelenergiewertes
  - hoher Gehalt gesättigter Fettsäuren (SFA) – ab 10 % des Lebensmittelenergiewertes
  - hoher Transfettgehalt – ab 1 % des Lebensmittelenergiewertes
  - hoher Natriumgehalt – ab 1 mg pro Kcal
  - Warnhinweise für Kinder: enthält synthetische Stoffe und Koffein



Abbildung 10: Verpackungsetiketten in Mexiko

Quelle: Organización Panamericana de la Salud (OPS), [www.paho.org/es](http://www.paho.org/es)

Wenn die Produkte ein Warnsiegel oder eine Vorsichtslegende enthalten, dürfen sie keine Kinderfiguren, Cartoons oder Werbestrategien enthalten, die die Aufmerksamkeit von Kindern auf sich ziehen und den Konsum des jeweilige Produkts fördern. Diese Produkte dürfen auch keine Zustimmung von medizinischen Fachgesellschaften tragen.

Bezüglich der Mehlanreicherung wird gemäß der NOM- 247- SSA1- 2008 angegeben, dass für die Zugabe von Mikronährstoffen für Weizenmehl und Maismehl folgende Mindestmengen erforderlich sind:

- Eisen: 40 mg/kg
- Zink: 40 mg/kg
- Niacin: 35 mg/kg
- Thiamin: 5 mg/kg
- Riboflavin: 3 mg/kg
- Folsäure: 2 mg/kg

## 4. Die Süßwarenindustrie

### 4.1 Kurze Einführung in den Markt

Der mexikanische Süßwarenmarkt beinhaltet drei Segmente mit folgenden Produkten:

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

Der Gesamtkonsum von Süßwaren in Mexiko belief sich 2019 auf 3,6 Mrd. USD und unter Berücksichtigung des Zeitraums 2015 bis 2019 lag die jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate – CAGR) bei 6,33 %.

Für das Jahr 2020 wird eine Steigerung von 6,3 % gegenüber 2019 geschätzt und für 2021 dürfte eine Steigerung von 2,1 % gegenüber 2020 den Wert von 3,89 Mrd. USD erreichen. 2019 machte das Segment der Zuckerprodukte 39 % der Nachfrage aus, angeführt von Bimbo mit einem Marktanteil von 19,2 %.

Im Jahr 2019 entsprach das Schokoladensegment 32 % der Nachfrage. Diese Branche wird von fünf Unternehmen beherrscht: Mars Wrigley, Nestlé, Ferrero, Hershey und Bimbo. Zusammen machen diese Unternehmen 79,8 % der gesamten Marktanteile aus.

2019 machte das Gummisegment 29 % der Nachfrage der Süßwaren aus. Größtenteils wird dieses Segment von Mondelez kontrolliert, das über 66 % der Marktanteile verfügt.

### 4.2 Überblick über die lokale Produktion

In Anbetracht der führenden Unternehmen auf dem Markt wurden 75 Produktionseinheiten identifiziert. Bimbo gehören 39 dieser Produktionsstätten, was 52 % aller Süßwarenfabriken in Mexiko sind.

Die Staaten, die über die meisten Produktionsstätten verfügen, sind Jalisco und Estado de México, in denen zusammen 34 der analysierten Einheiten konzentriert sind.

#### 4. Die Süßwarenindustrie



Abbildung 11: Standorte der wichtigsten Süßwarenhersteller in Mexiko

Quelle: eigene Darstellung

#### 4.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 betrug der Verbrauch von Süßwaren 337,6 Tsd. t, was einem Wachstum um 1,8 % gegenüber 2018 entspricht. Für 2020 wird ein Wachstum von 1,6 % gegenüber 2019 geschätzt, womit ein Volumen von 343,1 Tsd. t erreicht wird.

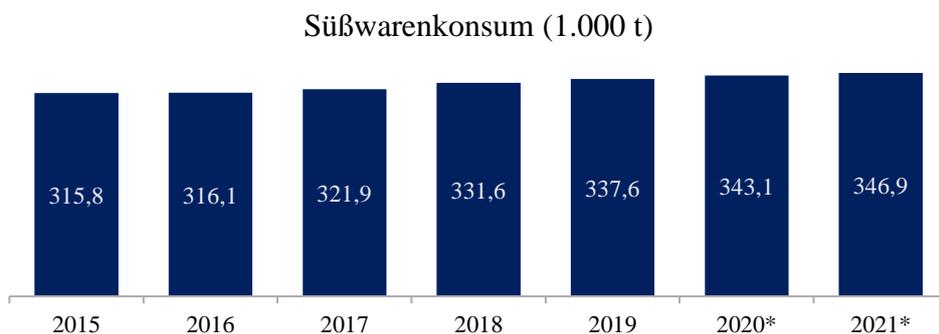


Abbildung 12: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2020) –Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

#### 4. Die Süßwarenindustrie

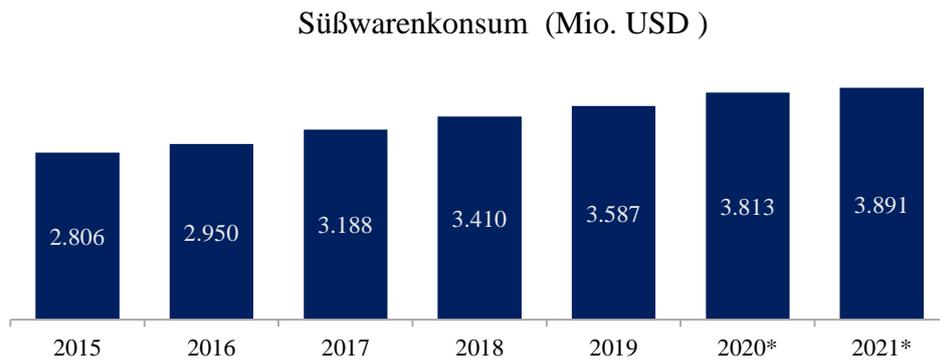


Abbildung 13: Süßwarenkonsum im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor (2020) –Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

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

Jahr	Schokolade		Zuckerwaren		Kaugummi	
	Tsd. t	Mio. USD	Tsd. t	Mio. USD	Tsd. t	Mio. USD
2015	66,6	794,7	181,2	1.121,4	68,0	889,4
2016	67,8	868,6	181,6	1.167,5	66,7	914,0
2017	69,6	955,9	186,1	1.267,4	66,2	965,1
2018	73,0	1.054,1	192,0	1.337,7	66,6	1.018,3
2019	76,4	1.134,0	194,2	1.397,3	67,0	1.055,3
2020*	78,3	1.227,9	197,9	1.480,5	66,9	1.104,4
2021*	80,4	1.271,7	200,1	1.506,7	66,4	1.112,9

Quelle: Euromonitor (2020) –Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Im Jahr 2019 machten Zuckerwaren 39 % des Gesamtverbrauchs aus. Für 2020 und 2021 werden diese Prozentsätze voraussichtlich beibehalten.

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Anteil konsumierter Süßwaren (2019)

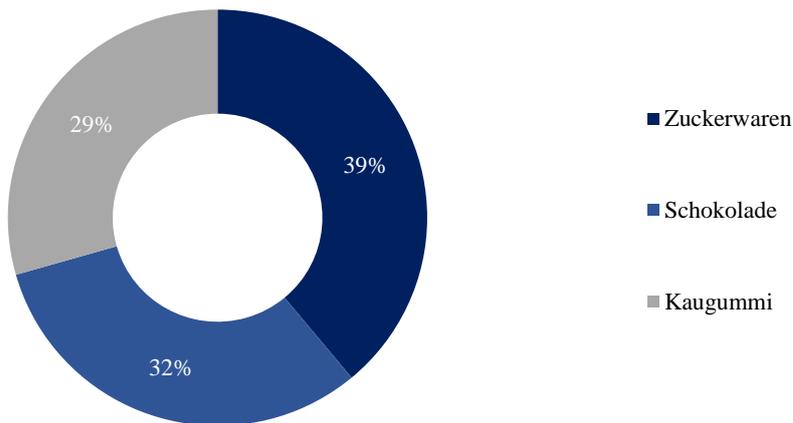


Abbildung 14: Anteil konsumierter Süßwaren (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) –Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Während des Zeitraums 2015 bis 2019 stiegen die Durchschnittspreise um 20,9 % (zuckerhaltige Produkte), 26,2 % (Kaugummi) und 31,4 % (Schokolade). Schätzungen zufolge werden die durchschnittlichen Preise 2020 noch zunehmen: um 5,6 % für Schokolade, 4,0 % für Zuckerwaren und 4,8 % für Kaugummi.

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

Jahr	Schokolade	Zuckerwaren	Kaugummi
2015	11.932	6.189	13.085
2016	12.811	6.429	13.703
2017	13.734	6.810	14.578
2018	14.440	6.967	15.290
2019	14.843	7.195	15.751
2020*	15.682	7.481	16.508

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Diskrepanz der Einzelhandelspreise (2015 = 1,00)

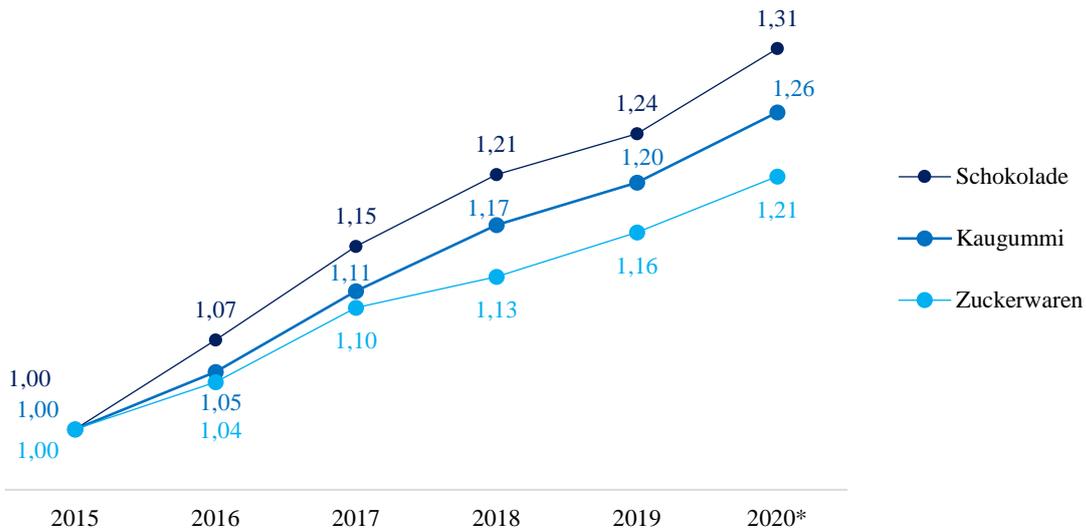


Abbildung 15: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)

Quelle: Euromonitor (2020) –Schokolade, Kaugummi und Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

#### 4.3.1 Schokoladenwaren

Im Jahr 2019 konzentrierte sich über ein Drittel des Gesamtverbrauchs an Schokolade auf die Unterkategorie Tafelschokolade, gefolgt von Schokolade in Tüten und Schokoriegel mit 23,3 % bzw. 19,1 % des gesamten Schokoladenkonsums.

Tabelle 6: Segmentierung des Schokoladenverbrauchs (2019)

Kategorie	%
Tafelschokolade	33,2
Schokolade in Tüten	23,3
Schokoladenriegel (Countline)	19,1
Schokolade mit Spielzeug	11,9
Verschiedene Schokolade in Schachteln	8,6
Saisonale Schokolade	2,2
Weitere Schokoladenprodukte	1,7
Total	100

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

In Bezug auf die Vertriebskanäle im Jahr 2019 fallen die kleinen unabhängigen Geschäfte mit einem Anteil von 32 % auf. Verbrauchermärkte/Hypermärkte und Lebensmitteleinzelhändler (in dieser Studie als Einzelhändler oder Supermarkt bezeichnet) machen zusammen nur 18 % des gesamten Umsatzes aus.

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Im Jahr 2019 betrug der Anteil des E-Commerce-Umsatzes 0,1 %. Aufgrund der eingeschränkten Mobilität wird sich der Umsatz 2020 und 2021 voraussichtlich verdoppeln.

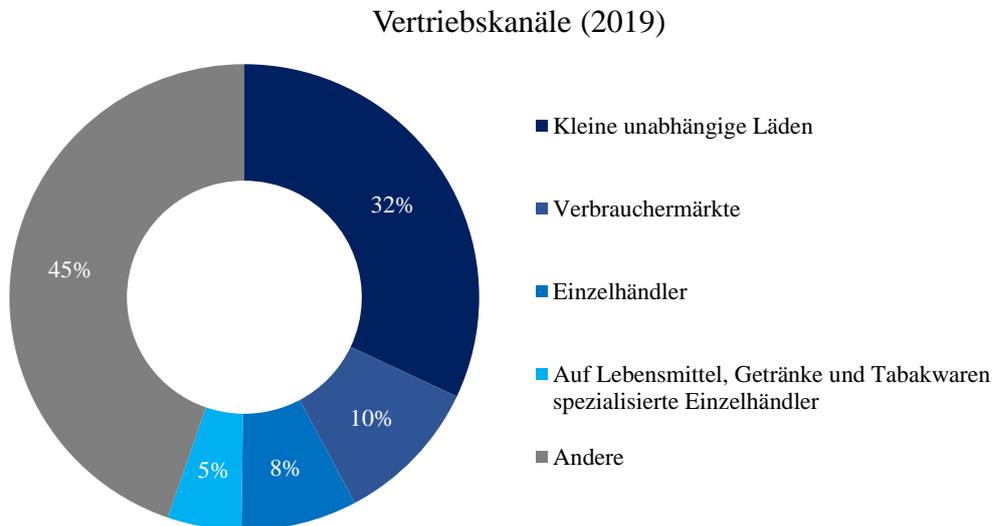


Abbildung 16: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Tabelle 7: Verkaufspreise unterschiedlicher Schokoladensorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Carlos V 18 g	Nestlé	Chedraui	0,38
			Walmart	0,38
			Superama	0,38
	Kinder Sorpresa 40 g	Ferrero	Chedraui	1,81
			Walmart	1,90
			Superama	–
	Ricolino 300 g	Bimbo	Chedraui	2,35
			Walmart	2,35
			Superama	2,35

#### 4. Die Süßwarenindustrie

	Snickers 48 g	Mars Wrigley Confectionery	Chedraui	0,72
			Walmart	0,72
			Superama	0,72
	M&M's 81 g	Mars Wrigley Confectionery	Chedraui	1,13
			Walmart	1,13
			Superama	1,13
	Milky Way 48 g	Mars Wrigley Confectionery	Chedraui	0,72
			Walmart	0,72
			Superama	0,72

Quelle: eigene Darstellung

#### 4.3.2 Zuckerwaren

Im Jahr 2019 machten Pastillen, Gelees und Bonbons 26,5 % des mexikanischen Verbrauchs an zuckerhaltigen Produkten aus. An zweiter Stelle stehen Bonbons und Nugats mit 18 % und an dritter Stelle Hartbonbons mit 15,6 %.

**Tabelle 8: Segmentierung des Zuckerwarenverbrauchs (2019)**

Kategorie	%
Pastillen, Gelees und Bonbons	26,5
Karamellbonbons & Nugats	18,0
harte Süßigkeiten (boiled sweets)	15,6
Lutscher	10,7
Minzprodukte	10,0
gesundheitsfördernde Zuckerwaren	6,7
Andere	12,5
Total	100

Quelle: Euromonitor (2020) – Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Bezüglich des Zuckerwarenumsatzes sind kleine unabhängige Geschäfte mit einem Anteil von 36 % führend im Verkauf dieser Produkte. An zweiter Stelle stehen Verbrauchermärkte und auf Lebensmittel, Getränke und Tabakwaren spezialisierte Einzelhändler mit 6 % bzw. 5 %.

Vertriebskanäle (2019)

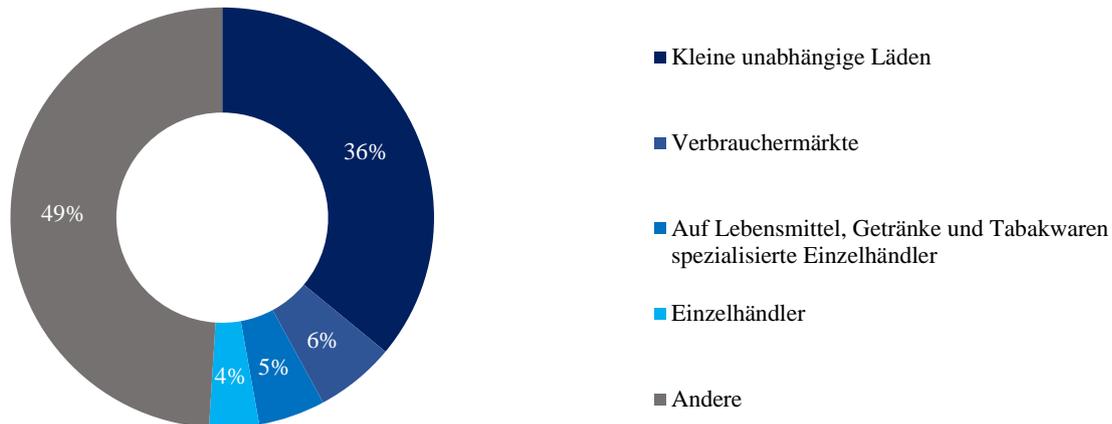


Abbildung 17: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Tabelle 9: Verkaufspreise unterschiedlicher Zuckerwarensorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufstellen	Preis (USD)
	Ricolino Panditas 300 g	Bimbo	Chedraui	2,31
			Walmart	2,31
			Superama	2,31
	Sonrics 110 g	Sabritas	Chedraui	0,63
			Walmart	0,63
			Superama	0,63
	Halls 25,2 g	Mondelez	Chedraui	0,38
			Walmart	0,43
			Superama	0,43

#### 4. Die Süßwarenindustrie

	Dulces Vero 310 g	Bimbo	Chedraui	1,49
			Walmart	1,49
			Superama	1,49
	De la Rosa 336 g	Dulces y Chocolates de la Rosa	Chedraui	1,75
			Walmart	1,86
			Superama	1,90
	Lucas Panzón 38 g	Mars Wrigley Confectionery	Chedraui	–
			Walmart	0,37
			Superama	0,37

Quelle: eigene Darstellung

#### 4.3.3 Kaugummiwaren

Wie die beiden anderen Segmente der Süßwarenindustrie konzentriert sich 2019 auch der Vertrieb von Kaugummi auf dem mexikanischen Markt auf kleine unabhängige Geschäfte mit 32 % des Gesamtmarktanteils.

Vertriebskanäle (2019)

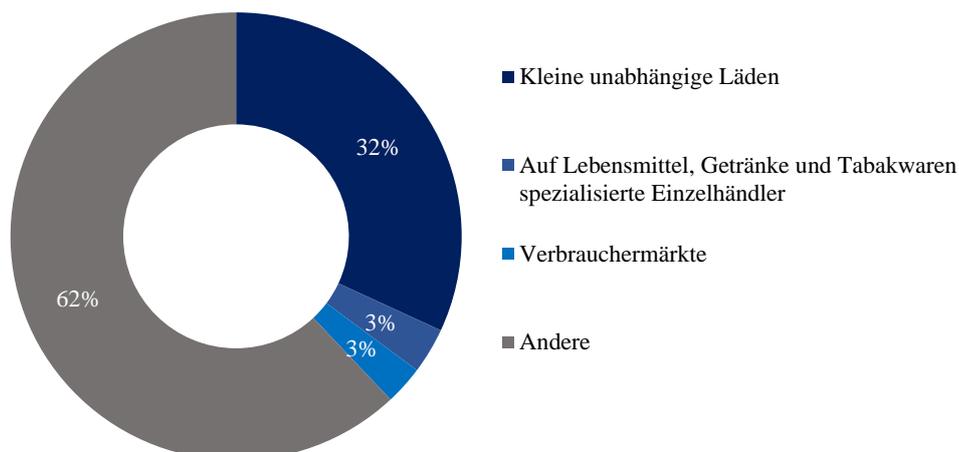


Abbildung 18: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020) – Kaugummi in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

#### 4. Die Süßwarenindustrie

**Tabelle 10: Verkaufspreise unterschiedlicher Kaugummisorten**

Bild	Produkte	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Trident 30,6 g	Mondelez	Chedraui	0,88
			Walmart	0,88
			Superama	0,90
	Clorets 42 g	Mondelez	Chedraui	0,43
			Walmart	0,50
			Superama	0,50
	Bubbaloo 39 g	Mondelez	Chedraui	0,60
			Walmart	0,68
			Superama	0,68
	Canel's 300 g	Canel's	Azucar dulcerias	1,39
			El castillo del dulce	1,27
			Dulsa	1,24
	Orbit 5,6 g	Mars Wrigley Confectionery	Chedraui	0,11
			Walmart	0,11
			Superama	–

Quelle: eigene Darstellung

#### 4.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die Schokoladenimporte auf 256,2 Mio. USD, dies waren 11 % weniger im Vergleich zu 2018. Da die Exporte einen Wert von 653,4 Mio. USD hatten, verzeichnete Mexiko 2019 einen Überschuss in der Außenhandelsbilanz von 397,2 Mio. USD.

In Bezug auf zuckerhaltige Produkte beliefen sich die Importe im Jahr 2019 auf 111,4 Mio. USD und die Exporte auf 729,1 Mio. USD, was einem Überschuss von 617,7 Mio. USD entsprach.

#### 4. Die Süßwarenindustrie

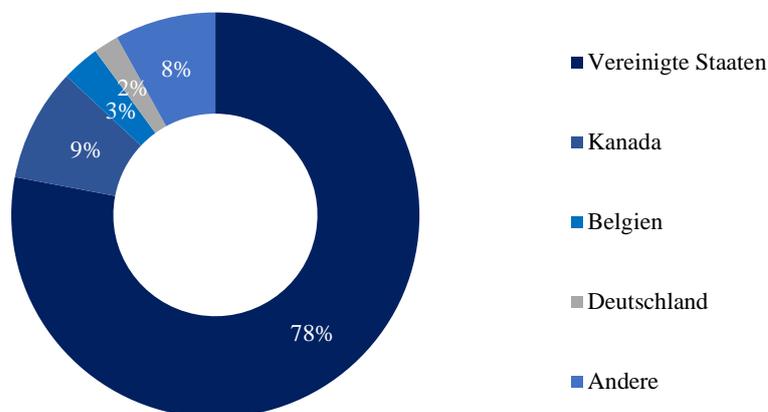
**Tabelle 11: Importe/Exporte: i) Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen (HS-Code 1806) und ii) Zuckerwaren ohne Kakaogehalt, einschl. weiße Schokolade (HS-Code 1704)**

Jahr	Schokolade (HS-Code 1806)		Zuckerwaren (HS-Code 1704)	
	Importe	Exporte	Importe	Exporte
2015	315.811	598.153	109.952	604.575
2016	280.536	628.552	110.361	643.660
2017	280.011	645.093	104.110	773.990
2018	288.803	612.196	118.018	732.434
2019	256.161	653.397	111.428	729.083

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Im Jahr 2019 war Deutschland der viertgrößte Exporteur von Schokolade nach Mexiko mit einem Wert von 3,7 Mio. USD. Damit war es zwar das zweitrepräsentativste europäische Land, allerdings im Vergleich zum Exportwert der Vereinigten Staaten von über 205 Mio. USD unbedeutend.

**Herkunft der Schokoladenimporte nach Mexiko (2019)**



**Abbildung 19: Herkunft der Schokoladenimporte nach Mexiko – HS-Code 1806 (2019)**

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Im Jahr 2019 waren die Vereinigten Staaten mit 62,4 Mio. USD auch der größte Exporteur von zuckerhaltigen Produkten für den mexikanischen Markt, gefolgt von China und Guatemala mit 17,5 bzw. 16,1 Mio. USD. Aus Deutschland kommen 4 % der nach Mexiko importierten Zuckerprodukte mit einem Wert von 4,5 Mio. USD.

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Herkunft der Zuckerwarenimporte nach Mexiko (2019)

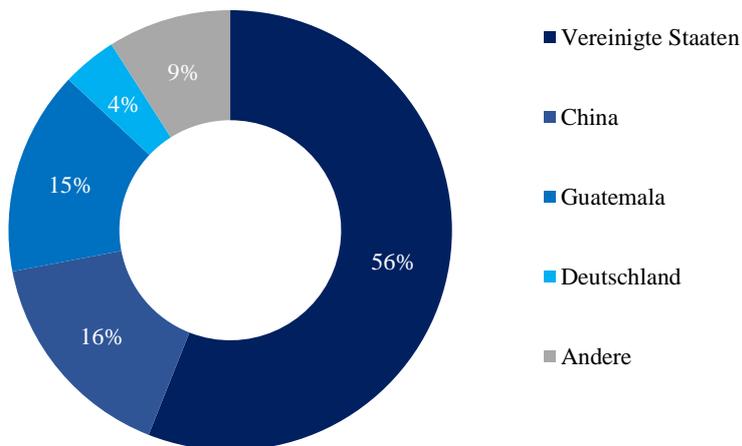


Abbildung 20: Herkunft der Zuckerwarenimporte nach Mexiko – HS-Code 1704 (2019)

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Im Jahr 2019 gingen 90 % der mexikanischen Schokoladenexporte in die Vereinigten Staaten, gefolgt von Kanada mit einem Anteil von 6 %.

Zielorte der Schokoladenexporte aus Mexiko (2019)

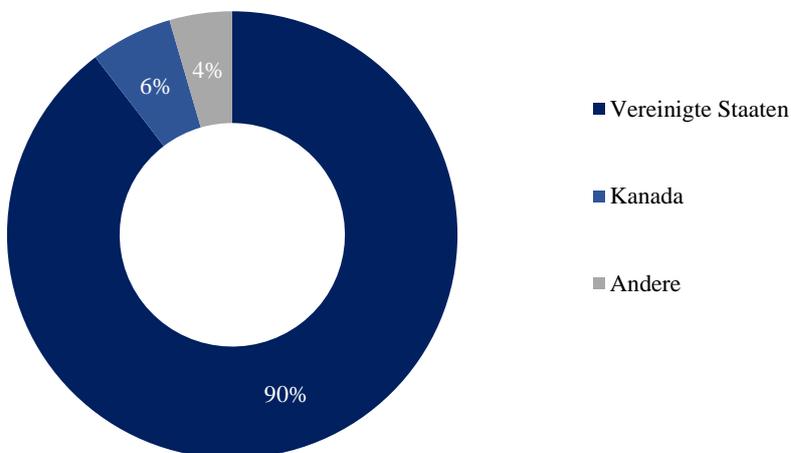


Abbildung 21: Zielorte der Schokoladenexporte aus Mexiko – HS-Code 1806 (2019)

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Die Vereinigten Staaten waren 2019 mit 94 % der größte Importeur mexikanischer Zuckerwaren, was 686,4 Mio. USD entspricht.

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Zielorte der Zuckerwarenexporte aus Mexiko (2019)

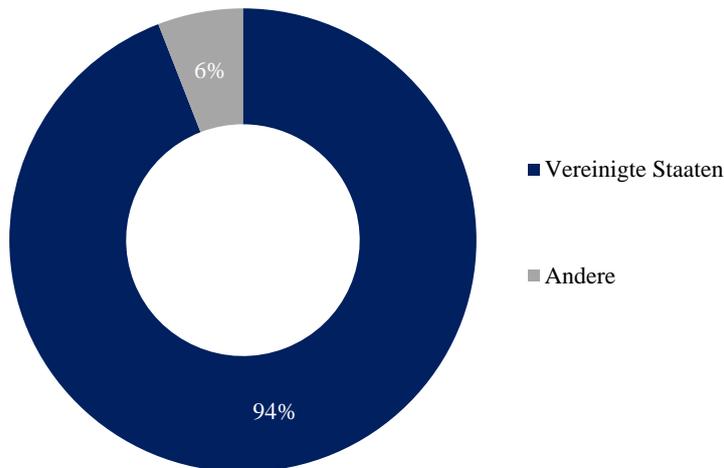


Abbildung 22: Zielorte der Zuckerwarenexporte aus Mexiko – HS-Code 1704 (2019)

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

#### 4.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Jahr 2019 beherrschten im Schokoladensegment drei Unternehmen 60 % des Marktes: Mars Wrigley Confectionery, Nestlé und Ferrero. Das Unternehmen Mars, mit einem Anteil von 22,1 % führend in der Schokoladenbranche, belegt mit 7,8 % den zweiten Platz in der Kategorie Kaugummi.

Tabelle 12: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Schokoladen		Zuckerwaren		Kaugummi	
Unternehmen	%	Unternehmen	%	Unternehmen	%
Mars Wrigley Confectionery	22,1	Bimbo	19,2	Mondelez	66,0
Nestlé	21,1	Mondelez	10,7	Mars Wrigley Confectionery	7,8
Ferrero	17,0	Dulces y Chocolates de la Rosa	6,4	Chicles Canel's	7,2
Hershey	10,4	Sabritas	6,1	Dulces y Chocolates de la Rosa	3,2
Bimbo	9,2	Montes y Cía	5,7	Hershey	0,9
Andere	20,2	Andere	51,9	Andere	14,9

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi in Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Im Jahr 2019 waren die führenden Marken im Schokoladensegment Carlos V (Nestlé) mit 12,5 % und Kinder Sorpresa (Ferrero) mit 10,9 % Marktanteil.

In Bezug auf zuckerhaltige Süßigkeiten waren 2019 Ricolino (Bimbo) mit 14,9 % und Sonric (Sabritas) mit 6,1 % die führenden Marken.

Das Kaugummisegment ist stark durch das Unternehmen Mondelez repräsentiert. Die vier größten Marken Mexikos, Trident, Clorets, Bubbalo und Chiclets, machten 2019 zusammen 65,3 % des Marktanteils aus.

**Tabelle 13: Marktanteil nach Marke (2019)**

Schokoladen		Zuckerwaren		Kaugummi	
Marke (Firma)	%	Marke (Firma)	%	Marke (Firma)	%
Carlos V (Nestlé)	12,5	Ricolino (Bimbo)	14,9	Trident (Mondelez)	37,6
Kinder Sorpresa (Ferrero)	10,9	Sonric's (Sabritas)	6,1	Clorets (Mondelez)	11,2
Ricolino (Bimbo)	8,8	Halls (Mondelez)	6,1	Bubbalo (Mondelez)	8,3
Snickers (Mars Wrigley Confectionary)	6,5	Dulce Vero (Bimbo)	4,2	Chiclets (Mondelez)	8,2
M&M's (Mars Wrigley Confectionary)	5,4	De lo Rosa (Dulces y Chocolates de la Rosa)	4	Canel's (Chicles Canel's)	7,2
Andere	55,9	Andere	64,7	Andere	27,5

Quelle: Euromonitor (2020) – Schokolade, Kaugummi in Zuckerwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 4.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

### 4.6.1 Mars Wrigley Confectionery

# MARS

- Website: [www.mex.mars.com](http://www.mex.mars.com)
- 6 Produktionsstätten: (2) Nuevo León, (2) Jalisco, (1) Estado de México und (1) Querétaro
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Schokoladenriegel, Tafelschokolade, weitere Schokoprodukte und Kaugummi
- Marken: M&M's, Snickers, Twix, Milky Way, Dove Chocolate, Turin, Conejos, Orbit, Extra, Doublemint, Hubba Bubba, Juicy Fruit, Winterfresh
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kaugummis, Schokoladen): 333 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokolade 22,1 %, Kaugummi 7,8 %



### 4.6.2 Nestlé



- Website: [www.nestle.com.mx](http://www.nestle.com.mx)
- 17 Produktionsstätten: (5) Estado de México, (4) Jalisco, (4) Querétaro, (1) Chiapas, (1) Guanajuato, (1) Puebla und (1) Veracruz
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokolade, Schokoladen in Tüten, Schokoladenriegel, verschiedene Schokoladen in Schachteln und weitere Schokoprodukte
- Marken: Carlos V, Larín, Crunch, Freskas, Cajetoso, Tin Larín und Kit Kat
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Schokoladen): 239 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokolade 21,1 %



## 4. Die Süßwarenindustrie

### 4.6.3 Ferrero

# FERRERO

- Website: [www.ferrero.com.mx](http://www.ferrero.com.mx)
- 1 Produktionsstätte: (1) Guanajuato
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokolade, Schokolade mit Spielzeug, Schokoladenriegel und weitere Schokoprodukte
- Marken: Nutella, Kinder, Kinder Sorpresa, Ferrero Rocher, Raffaello, Ferrero Collection, Ferrero Rondnoir u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Schokoladen): 193 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokolade 17 %



### 4.6.4 Hershey

# HERSHEY

THE HERSHEY COMPANY

- Website: [www.thehersheycompany.com](http://www.thehersheycompany.com)
- 2 Produktionsstätten: (1) Jalisco und (1) Nuevo León
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokolade, Schokoladenriegel, weitere Schokoprodukte und Kaugummi
- Marken: Reese's, Hershey's, Hershey's Kisses, Hershey's Bites, Hershey's Krackel, Chocoyogo, Brookside, Ice Breakers, Ice Cubes
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kaugummis, Schokoladen): 128 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokolade 10,4 %, Kaugummi 0,9 %



## 4. Die Süßwarenindustrie

### 4.6.5 Bimbo



- Website: [www.bimbo.com.mx/es](http://www.bimbo.com.mx/es)
- 39 Produktionsstätten: (6) Estado de México, (6) Ciudad de México, (5) Jalisco, (4) Nuevo Leon, (3) Baja California, (3) San Luis Potosí, (2) Yucatán, (2) Hidalgo, (1) Chihuahua, (1) Durango, (1) Guanajuato, (1) Puebla, (1) Sinaloa, (1) Sonora, (1) Tabasco und (1) Veracruz
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokolade, harte Süßigkeiten, Karamellbonbons, Lutscher, Pastillen u. a.
- Marken: Ricolino, La Corona, Dulces Vero
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Schoko- und Zuckerwaren): 372 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Schokolade 9,2 %; Zuckerwaren 19,2 %



### 4.6.6 Mondelez



- Website: [www.mx.mondelezinternational.com](http://www.mx.mondelezinternational.com)
- 3 Produktionsstätten: (1) Nuevo León, (1) Estado de México und (1) Puebla
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Kaugummi, Bonbons, Karamellbonbons, Minzprodukte, Pastillen u. a.
- Marken: Halls, Bubbaloo Crack-Ups, Clorets, Sour Patch Kids, Deemint, Trident, Clorets, Bubbaloo, Chiclets
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Zuckerwaren und Kaugummi): 846 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Zuckerwaren 10,7 % und Kaugummi 66 %



## 4. Die Süßwarenindustrie

### 4.6.7 Dulces y Chocolates de la Rosa



- Website: [www.dulcesdelarosa.com.mx](http://www.dulcesdelarosa.com.mx)
- 3 Produktionsstätten: (3) Jalisco.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Tafelschokolade, Schokoladenriegel, Kaugummi, Schokolade mit Spielzeug, harte Süßigkeiten, Karamellbonbons, Lutscher u. a.
- Marken: Bianchi, Malva Bony, Drums, Malvabones, Malva Rol, Nugs, Winky, Bi- Rico, De la Rosa, Pulparindo, De la Rosa Mazapan u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019: (Schoko-,Zuckerwaren, Kaugummi): 123 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Zuckerwaren 6,4 %, Kaugummi 3,2 % und Schokolade 2,2 %.



### 4.6.8 Canel's

# Canel's

- Website: [www.canel.com.mx](http://www.canel.com.mx)
- 4 Produktionsstätten: (4) San Luís de Potosí.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Kaugummi, Karamellbonbons, harte Süßigkeiten, Lutscher, Minzprodukte, Pastillen u. a.
- Marken: Tueni, Cherry sours, Sandía sours, Star Light, La Vaquita, Canel's, Zum, WhattABubble.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kaugummi): 76 Mio. USD.
- Marktanteil 2019: Kaugummi 7,2 %.



### 4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

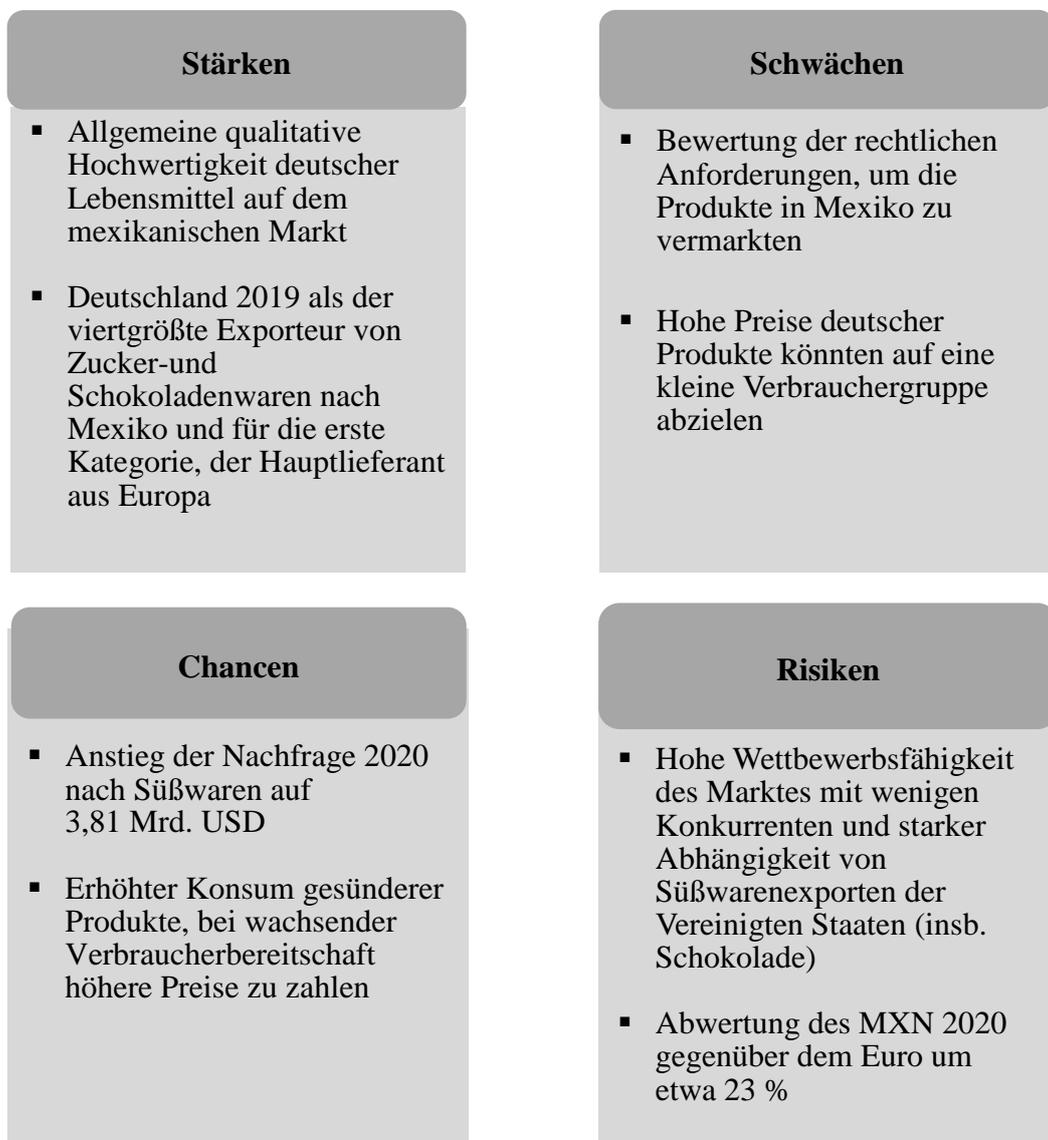


Abbildung 23: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Die neue Verordnung NOM-051 für Produkte mit hohem Zuckergehalt, SFA, Kalorien, Transfetten und Natrium hat die Unternehmen in der Branche veranlasst, ihr Produktportfolio zu modernisieren. Daher hat die Nachfrage nach gesünderen Lebensmitteln zugenommen.

Die deutsche Süßwarenindustrie ihrerseits verfügt über Produkte mit einem Mehrwert in Bezug auf die Inhaltsstoffe, die ebenfalls darauf ausgerichtet sind, zur Gesundheitsvorsorge der Verbraucher beizutragen.

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Laut Industrieexperten haben die Verbraucher Interesse an Premium-Produkten gezeigt und sind bereit, für hochwertigere, anspruchsvollere und innovativere Produkte mehr zu bezahlen, insbesondere in der Kategorie Schokolade, da sie als gesünder empfunden werden als andere Produkte wie Zucker oder Kaugummi.

Deutschland ist der viertgrößte Exporteur von Schokoladen- und Zuckerwaren nach Mexiko. Der Anteil der deutschen Zuckerimporte ist von 0,5 % im Jahr 2015 auf 4 % im Jahr 2019 gestiegen, was die anhaltende Anerkennung des deutschen Produkts im Land unterstreicht. Für die Unterkategorie der Schokolade ist Deutschland der zweitgrößte Lieferant aus Europa.

Da das deutsche Produkt zusammen mit der Abwertung des MXN gegenüber dem Euro im Zeitraum Januar bis September 2020 um 23 % allgemein als hoch angesehen wird, ist es notwendig einen lokalen Partner mit konsolidierter Vernetzung in der Süßwarenindustrie sorgfältig auszuwählen, um auch Anpassungen der Verpackung vorzunehmen und die am besten geeigneten potenziellen Einzelhändler und die Handelsstrategie zu finden.

## 5. Die Knabberartikelindustrie

### 5.1 Kurze Einführung in den Markt

Der mexikanische Knabberartikelmarkt beinhaltet folgende Produkte:

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

Im Jahr 2019 betrug der mexikanische Knabberartikelkonsum 3,6 Mrd. USD und im Zeitraum 2015 bis 2019 lag die CAGR bei 9,4 %.

Die Nachfrage wird 2020 und 2021 schätzungsweise um 12,5 % bzw. 4,13 % wachsen und dürfte 4,3 Mrd. USD erreichen.

Im Jahr 2019 betrug der Durchschnittspreis pro t 6,2 Tsd. USD und wird bis 2020 voraussichtlich um 4,3 % steigen.

Mexiko hat 2019 Knabberartikel im Wert von 76 Mio. USD importiert, was einem Anstieg von 3,7 % gegenüber 2018 entspricht. Die Exporte beliefen sich 2019 auf 24,5 Mio. USD und somit wurde ein Defizit von 51,5 Mio. USD der Außenhandelsbilanz verzeichnet.

### 5.2 Überblick über die lokale Produktion

Die Haupthersteller in Mexiko sind Bimbo, Sabritas, PepsiCo, Nacional Alimentos y Helados und ConAgra Foods. Diese fünf Unternehmen haben insgesamt 53 Produktionseinheiten in Mexiko.

Mit 39 Fabriken in Mexiko ist Bimbo der größte Knabberproduktehersteller, gefolgt von Sabritas mit sieben Einheiten.

Die Regionen mit der höchsten Konzentration von Produktionsstätten sind Estado de México (einschl. Mexiko-Stadt) mit 15 und Jalisco mit sechs Fabriken.

## 5. Die Knabberartikelindustrie



Abbildung 24: Standorte der wichtigsten Knabberartikelhersteller in Mexiko

Quelle: eigene Darstellung

### 5.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 betrug der Gesamtverbrauch an Knabberartikeln in Mexiko 589,4 Tsd. t und 3,6 Mrd. USD. Bis Ende 2020 wird der Konsum auf 635,6 Tsd. t und 4,1 Mrd. USD geschätzt.

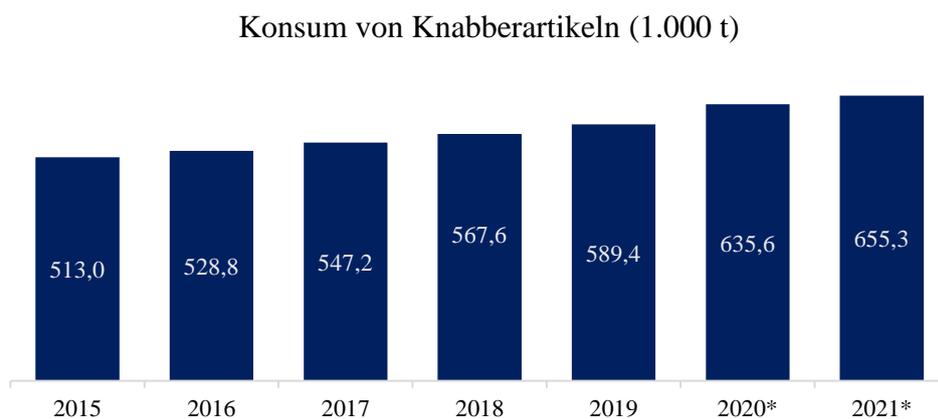


Abbildung 25: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor, (2020): Knabberartikel in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 5. Die Knabberartikelindustrie



Abbildung 26: Konsum von Knabberartikeln im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor, (2020): Knabberartikel in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Die Unterkategorie der salzigen Snacks machte 2019 etwa 64,8 % des Verbrauchs aus, ein Anteil, der bis Ende 2020 konstant bleiben soll. Salzige Kekse belegen mit 15,8 % den zweiten Platz.

Tabelle 14: Segmentierung des Knabberartikelkonsums (2019)

Kategorie	%
salzige Snacks	64,8
salzige Kekse	15,8
Nüsse und Nussmischungen	12,6
Popcorn	2,0
Andere	4,8
Total	100

Quelle: Euromonitor, (2020): Knabberartikel in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Im Jahr 2019 betrug der Einzelhandelspreis für eine t Knabberartikel 6,2 Tsd. USD, was einer Steigerung um 3,8 % gegenüber 2018 entspricht.

Für 2020 wird eine Preiserhöhung um 4,3 % geschätzt. Während des Zeitraums 2015 bis 2020 ist der Durchschnittspreis um etwa 30 % gestiegen.

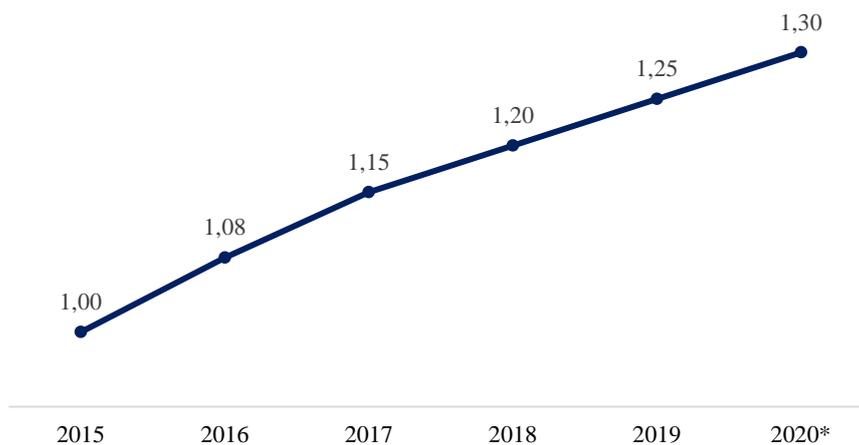
## 5. Die Knabberartikelindustrie

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

Jahr	USD/t
2015	4.959
2016	5.354
2017	5.704
2018	5.961
2019	6.188
2020*	6.454

Quelle: Euromonitor (2020): Knabberartikel in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

**Diskrepanz der Einzelhandelspreise (2015 = 1,00)**



**Abbildung 27: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)**

Quelle: Euromonitor (2020): Knabberartikel in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Im Jahr 2019 wurden 56 % der Knabberprodukte über kleine unabhängige Geschäfte verkauft. Auf Verbrauchermärkte und Supermärkte entfielen 5 % bzw. 3 % des Umsatzes.

## 5. Die Knabberartikelindustrie

Vertriebskanäle (2019)

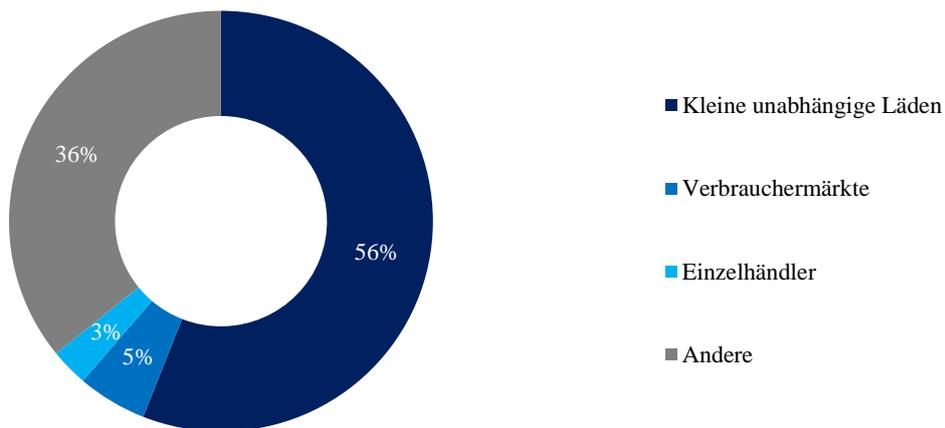


Abbildung 28: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2020): Knabberartikel in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Tabelle 16: Verkaufspreise unterschiedlicher Knabberartikelsorten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Sabritas 280 g	Sabritas	Chedraui	1,62
			Walmart	1,76
			Superama	1,76
	Cheetos 255 g	Sabritas	Chedraui	1,71
			Walmart	1,76
			Superama	1,76
	Doritos 245 g	Sabritas	Chedraui	1,57
			Walmart	1,53
			Superama	1,57
	Ruffles 200 g	Sabritas	Chedraui	1,71
			Walmart	1,72
			Superama	1,72

## 5. Die Knabberartikelindustrie

	Rancheritos 200 g	Sabritas	Chedraui	1,67
			Walmart	1,69
			Superama	1,71
	Botana Barcel Takis fuego 190 g	Sabritas	Chedraui	1,27
			Walmart	1,20
			Superama	1,20

Quelle: eigene Darstellung

### 5.4 Überblick über Importe und Exporte

Im Jahr 2019 beliefen sich die Importe von Knabberartikeln auf 76 Mio. USD, was einer Zunahme um 3,7 % gegenüber 2018 entspricht. Die Exporte beliefen sich auf 24,5 Mio. USD und somit ergab sich eine defizitäre Außenhandelsbilanz von 51,5 Mio. USD.

**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	60.159	36.078
2016	59.049	36.554
2017	58.396	29.078
2018	73.317	24.316
2019	76.032	24.526

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Im Jahr 2019 stammten 94,8 % der mexikanischen Knabberprodukte aus den Vereinigten Staaten. Kanada belegte mit einem Anteil von 2,7 % den zweiten Platz. Dahingegen gingen 99,9 % der Exporte mit einem Wert von 24,5 Mio. USD 2019 in die Vereinigten Staaten.

### 5.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Jahr 2019 konzentrierten zwei Unternehmen in Mexiko ca. 82 % des Umsatzes des Knabberartikelmarktes auf sich. Zusammen mit ihrer Tochtergesellschaft Sabritas kontrollierte PepsiCo ca. 60 % des Knabberartikelmarktes, gefolgt von Bimbo mit 22,1 %.

**Tabelle 18: Marktanteil nach Unternehmen**

Unternehmen	%
Sabritas (PepsiCo)	55,8
Bimbo	22,1
PepsiCo	4,5
Nacional de Alimentos y Helados	2,7
ConAgra Foods de México	1,5
Andere	13,4
Total	100

Quelle: Euromonitor (2020) – Knabberartikel in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Die sechs führenden Marken in der Knabberartikelbranche im Jahr 2019 gehören der Firma Sabritas (PepsiCo); zusammen machen sie 45,6 % des Marktanteils aus. An siebter Stelle steht die zur Bimbo gehörende Marke Barcel mit einem Anteil von 4,6 %.

Die Hälfte der Marktanteile für Knabberprodukte in Mexiko gehört anderen kleineren Marken.

## 5. Die Knabberartikelindustrie

**Tabelle 19: Marktanteil nach Marke (2019)**

Marke (Firma)	%
Sabritas (Sabritas)	13,6
Cheetos (Sabritas)	7,9
Doritos (Sabritas)	7,8
Ruffles (Sabritas)	6,2
Rancheritos (Sabritas)	5,4
Sabritones (Sabritas)	4,7
Barcel ( Bimbo)	4,6
Andere	49,8
Total	100

Quelle: Euromonitor (2019) – Knabberartikel in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 5.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

### 5.6.1 Sabritas (PepsiCo)



- Website: [www.sabritas.com.mx](http://www.sabritas.com.mx)
- 7 Produktionsstätten: (2) Baja California, (1) Ciudad de México, (1) Jalisco, (1) Coahuila, (1) Sonora und (1) Veracruz
- Wichtigste Produkte der Kategorie: salzige Snacks (Tortillachips, Kartoffelchips u. a.)
- Marken: Sabritas, Ruffles, Doritos, Tostitos, Cheetos, Paketaxo, Crujitos, Chicharron, Sabritones, Rancheritos, Fritos, kkwates
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 2 Mrd. USD
- Marktanteil 2019: 55,8 %



## 5. Die Knabberartikelindustrie

### 5.6.2 Bimbo



- Website: [www.grupobimbo.com/es/region/mexico](http://www.grupobimbo.com/es/region/mexico)
- 39 Produktionsstätten: (6) Estado de México, (6) Ciudad de México, (5) Jalisco, (4) Nuevo Leon, (3) Baja California, (3) San Luis Potosí, (2) Yucatán, (2) Hidalgo, (1) Chihuahua, (1) Durango, (1) Guanajuato, (1) Puebla, (1) Sinaloa, (1) Sonora, (1) Tabasco und (1) Veracruz
- Wichtigste Produkte der Kategorie: salzige Snacks (Tortillachips u. a.)
- Marken: Bimbo, Barcel, Takis, Chips
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 810 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 22,1 %



### 5.6.3 PepsiCo



- Website: [www.pepsico.com.mx](http://www.pepsico.com.mx)
- 3 Produktionsstätten: (2) Ciudad de México und (1) Guanajuato
- Wichtigste Produkte der Kategorie: salzige Snacks (Kartoffel, -und Tortillachips)
- Marken: Fritolay, Sabritas, Gamesa
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 164 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 4,5 %



## 5. Die Knabberartikelindustrie

### 5.6.4 ConAgra Foods



- Website: [www.conagrabrands.com.mx](http://www.conagrabrands.com.mx)
- 1 Produktionsstätte: (1) Guanajuato.
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Popcorn.
- Marke: Act II.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Knabberartikel): 54 Mio. USD.
- Marktanteil 2019: 1,5 %.



## 5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

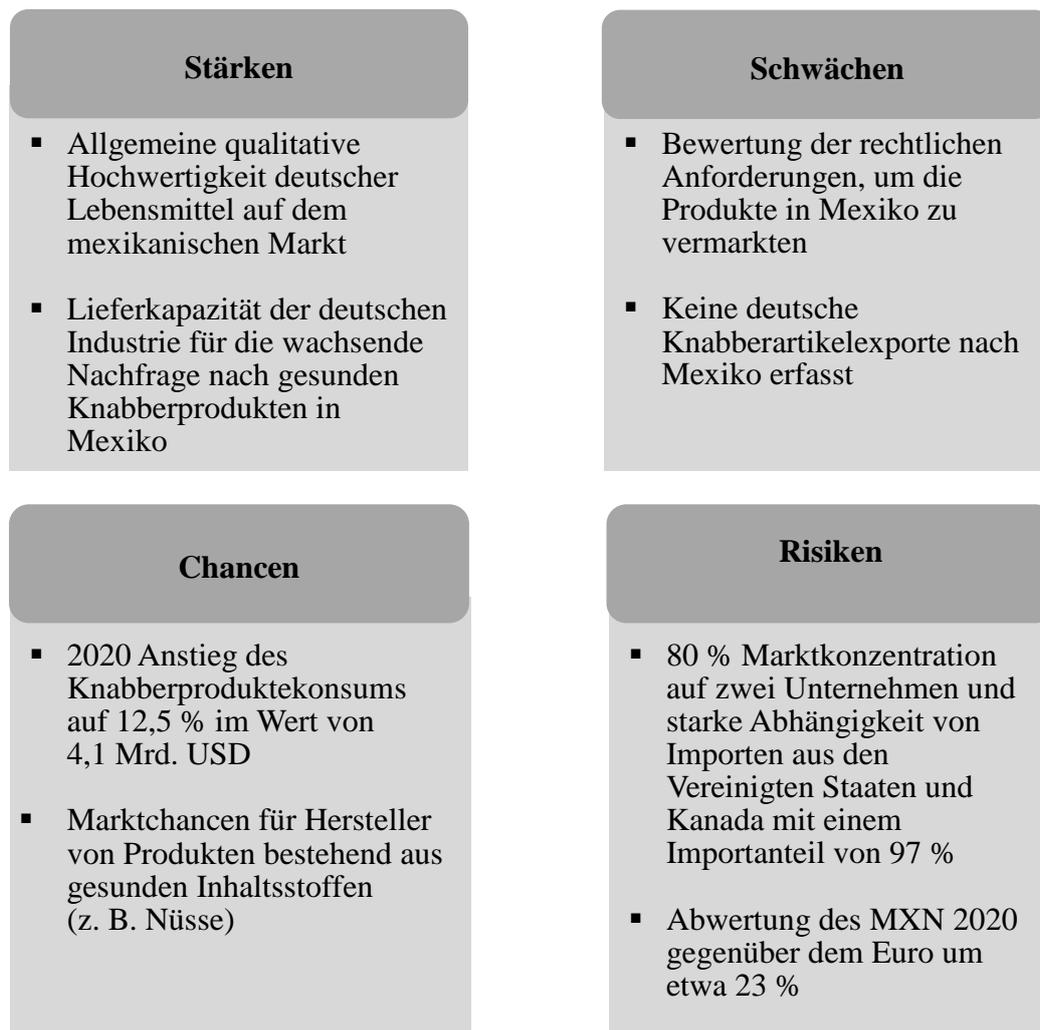


Abbildung 29: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Der Knabberartikelkonsum hat im Zeitraum 2015 bis 2019 zugenommen, mit positiven Prognosen für 2020 bis 2021.

Obwohl die Importe von Knabberprodukten im Zeitraum 2015 bis 2016 von 60 Mio. auf 76 Mio. USD nach Mexiko zugenommen haben, sind deutsche Produkte im nordamerikanischen Land nicht bekannt. Es gibt somit Marktchancen für die deutschen KMU, die gesunde Produkte (arm an Salz, Zucker, Kalorien und Fett) sowie innovative Produkte mit nahrhafteren und funktionelleren Inhaltsstoffen anbieten, die z. B. Nüsse, Samen, u. a. enthalten.

Somit stellt sich ein Marktpotenzial für deutscher Hersteller dar. Nichtsdestotrotz sind einige Aspekte zu beobachten: Anstieg der Kosten importierter Produkte durch die Abwertung des

## 5. Die Knabberartikelindustrie

MXN gegenüber dem Euro, Marktdominanz um 80 % und die Vorherrschaft der Importe aus den Vereinigten Staaten.

Um Knabberartikel in den mexikanischen 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.

## 6. Die Backwarenindustrie

### 6.1 Kurze Einführung in den Markt

Der mexikanische Backwarenmarkt beinhaltet zwei Segmente mit folgenden Produkten:

- Backprodukte
  - Brot
  - Feingebäck
  - Kuchen
  - gemischte Desserts
  - Tiefkühlkost
- Kleingebäck
  - Kekse (süße Kekse, Waffeln u. a.)
  - Fruchtsnacks
  - Snackriegel

Im Jahr 2019 wurden Backwaren im Wert von 17,4 Mrd. USD in Mexiko verbraucht und im Zeitraum 2015 bis 2019 betrug die CAGR 5,7 %. Für 2020 und 2021 wird ein Wachstum von 3,4 % bzw. 2,7 % auf 18,5 Mrd. USD geschätzt.

2019 machten Backprodukte 85 % des Verbrauchs aus und in dieser speziellen Kategorie haben handwerkliche Produkte einen Anteil von 76 % des Konsums.

Die führenden Unternehmen der Backwarenindustrie für das Backproduktsegment im Jahr 2019 waren Bimbo, Mondelez und D’Gari. Für das Kleingebäcksegment waren es PepsiCo, Bimbo und Mondelez.

In Bezug auf den Außenhandel importierte Mexiko im Jahr 2019 Backwaren im Wert von 331,6 Mio. USD, was einem Wachstum um 3,2 % gegenüber 2018 entspricht. Deutschland ist mit einem Anteil von 0,7 % der elftgrößte Exporteur.

### 6.2 Überblick über die lokale Produktion

Unter Berücksichtigung der führenden Unternehmen und mit Herstellung in Mexiko wurden 62 Produktionseinheiten identifiziert, die zu sieben Produzenten gehören: Bimbo, Mondeléz, General Mills, PepsiCo, Kellogg`s, Cuétara und Sabritas. Estado de México und Mexiko-Stadt sind mit 20 Produktionseinheiten die repräsentativsten Regionen, gefolgt von Nuevo Leon mit sieben Fabriken.

## 6. Die Backwarenindustrie



Abbildung 30: Standorte der wichtigsten Backwarenhersteller in Mexiko

Quelle: eigene Darstellung

### 6.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Der mexikanische Verbrauch an Backwaren belief sich 2019 volumenmäßig auf 13,6 Mio. Tonnen, dies entspricht eine Steigerung um 1,2 % im Vergleich zu 2018. Für 2020 wird veranschlagt, dass der Verbrauch im Verhältnis zum 2019 stabil bleiben wird.

Wertmäßig betrug im Jahr 2019 der Verbrauch 17,4 Mrd. USD. Gegenüber 2018 ergab sich ein Wachstum von 5,7 %. Bis 2020 und 2021 wird der Verbrauch auf 18 bzw. 18,5 Mrd. USD geschätzt.

## 6. Die Backwarenindustrie

Konsum von Backwaren  
(1.000 t)

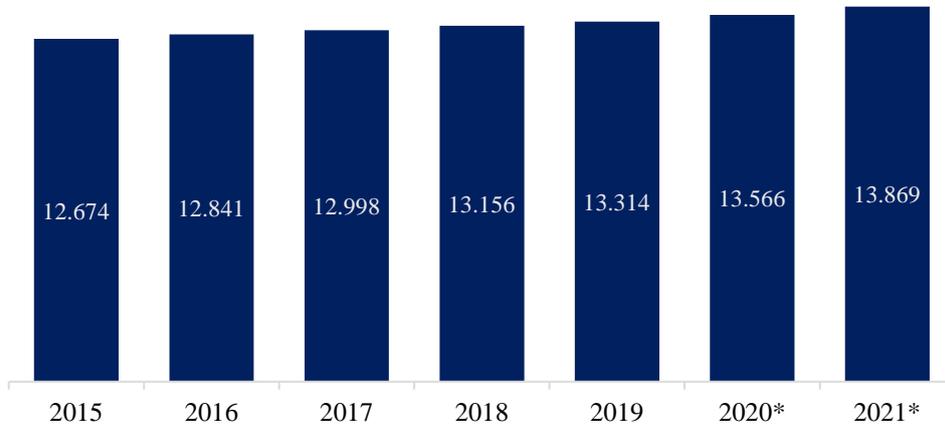


Abbildung 31: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Mexiko,  
[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Konsum von Backwaren (Mio. USD)

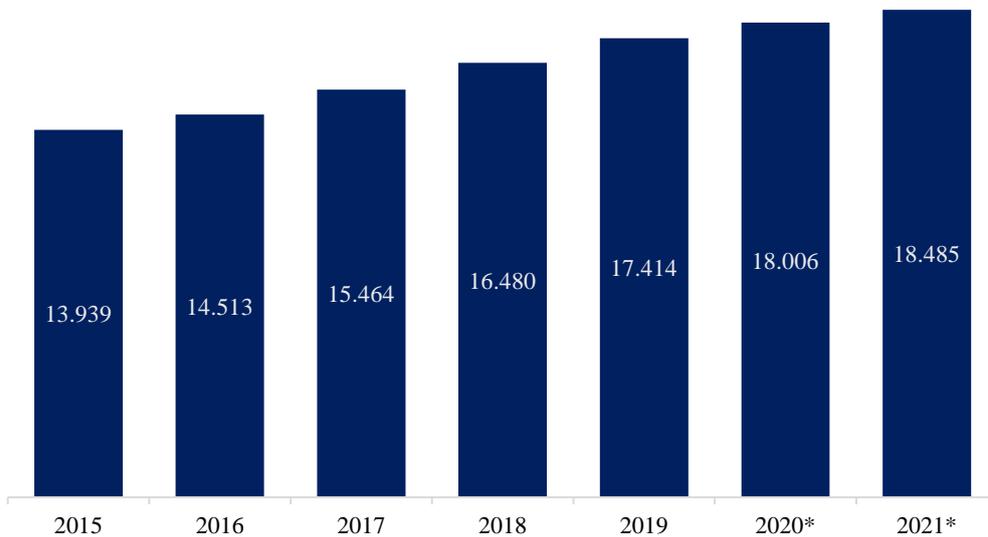


Abbildung 32: Konsum von Backwaren im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren, süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Mexiko,  
[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 6. Die Backwarenindustrie

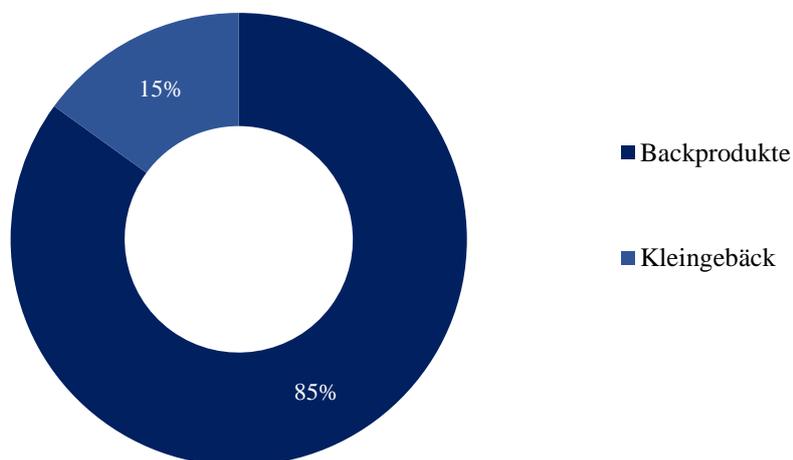
**Tabelle 20: Konsum von Backwaren von 2015 bis 2021 (1.000 t; Mio. USD)**

Jahr	Backprodukte		Kleingebäck	
	(Tsd. t)	(Mio. USD)	(Tsd. t)	(Mio. USD)
2015	12.118	11.946	556	1.993
2016	12.271	12.393	570	2.121
2017	12.416	13.150	581	2.314
2018	12.564	14.006	593	2.475
2019	12.711	14.806	603	2.610
2020*	12.939	15.168	627	2.839
2021*	13.233	15.573	636	2.913

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

[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Anteile des Backwarenverbrauchs (2019)



**Abbildung 33: Anteile des Backwarenverbrauchs (2019)**

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

[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Im Zeitraum 2015 bis 2020 stieg der Durchschnittspreis für Backprodukte um 19 % und für Kleingebäck um 26 %.

## 6. Die Backwarenindustrie

Bis Ende 2020 wird ein Durchschnittspreis von 1,17 Tsd. USD pro t für Backprodukte und 4,52 Tsd. USD pro t für Kleingebäck erwartet.

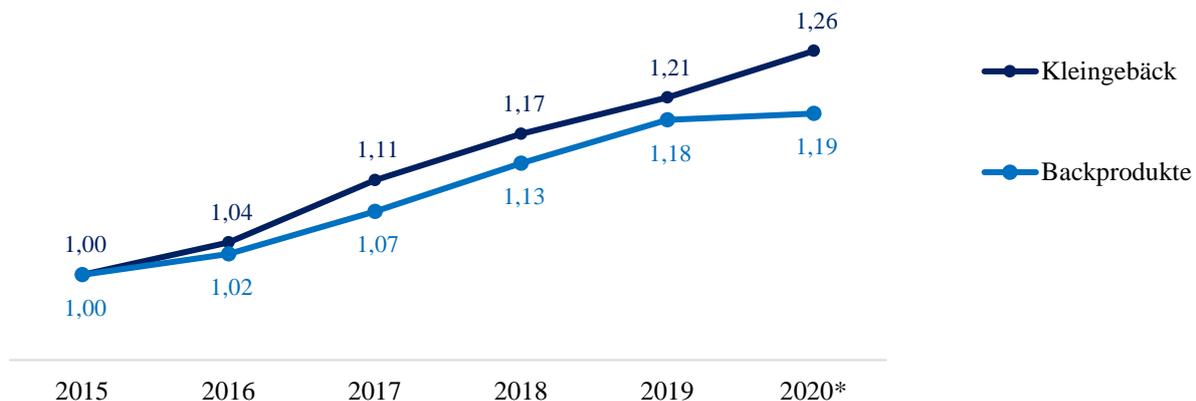
**Tabelle 21: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro t (im Zeitraum 2015 bis 2020)**

Jahr	Backprodukte	Kleingebäck
2015	986	3.584
2016	1.010	3.720
2017	1.059	3.982
2018	1.115	4.176
2019	1.165	4.329
2020*	1.172	4.525

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

[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

**Diskrepanz der Einzelhandelspreise (2015 = 1,00)**



**Abbildung 34: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)**

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

[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

### 6.3.1 Backprodukte

Im Jahr 2019 konzentrierten sich 67 % der Nachfrage nach Backprodukten auf vorwiegend handwerklich hergestellte Brote, gefolgt von Feingebäck mit einem Anteil von 23 %.

## 6. Die Backwarenindustrie

Die am meisten konsumierten Backprodukten waren im Jahr 2019 Brote – vorwiegend handwerklich hergestellte Produkte – und Feingebäck mit einer Nachfragequote von jeweils 67 % und 23 %.

**Tabelle 22: Segmentierung des Verbrauchs von Backwaren (2019)**

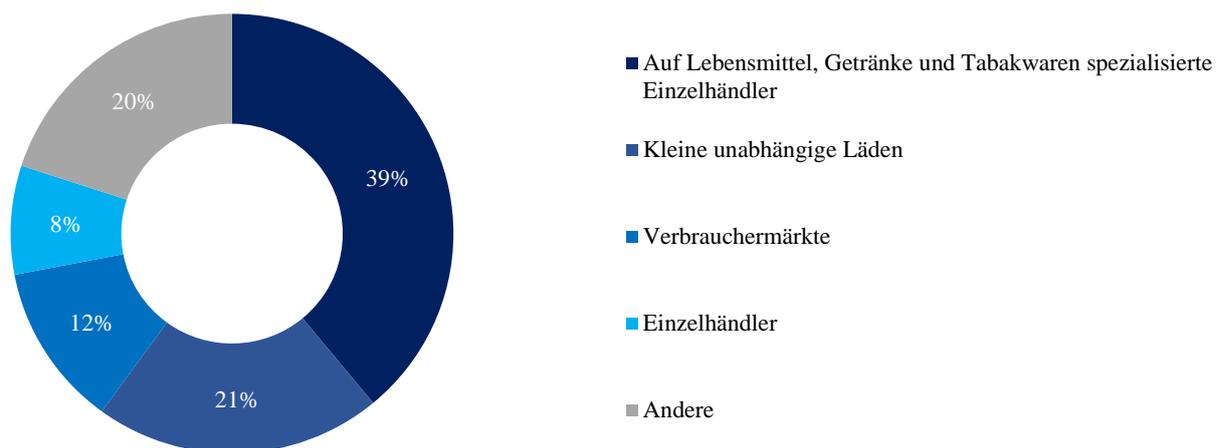
Kategorie	%
Brote	66,7
Feingebäck	23,3
Kuchen	7,7
Andere	2,3
Total	100

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Im Jahr 2019 entfielen 39 % des gesamten Backwarenumsatzes auf Geschäfte, die auf die Vermarktung von Lebensmitteln, Getränken und Tabakwaren spezialisiert sind, einschließlich Bäckereien. Dieser Anteil ist seit 2015 konstant geblieben.

Darauf folgen die kleinen unabhängigen Geschäfte mit 21 % der gesamten Verkäufe, gefolgt von Supermärkten und Hypermärkten, die zusammen 20 % ausmachen.

### Vertriebskanäle (2019)



**Abbildung 35: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)**

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – Backwaren in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 6. Die Backwarenindustrie

**Tabelle 23: Verkaufspreise unterschiedlicher Backwarensorten**

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Pan blanco Artesano 567 g	Bimbo	Chedraui	1,60
			Walmart	1,60
			Superama	1,65
	Pan Dulce Tía Rosa 200 g	Bimbo	Chedraui	1,01
			Walmart	1,04
			Superama	1,07
	Marinela Pingüinos 80 g	Bimbo	Chedraui	0,75
			Walmart	0,81
			Superama	0,81
	Galletas Suandy Pastisetas 300 g	Bimbo	Chedraui	2,65
			Walmart	2,80
			Superama	2,80
	Bimbo Cero 250 g	Bimbo	Chedraui	1,22
			Walmart	1,24
			Superama	1,26
	Tortillas Milpa Real Tubo 210 g	Bimbo	Chedraui	0,90
			Walmart	1,03
			Superama	1,04

Quelle: eigene Darstellung

### 6.3.2 Kleingebäck

Im Jahr 2019 entfielen 85,7 % der Kleingebäcknachfrage auf süße Kekse. Bis Ende 2020 soll ihr Anteil im Vergleich zu 2018 um 0,4 % abnehmen. Die Snackriegel machten 13,1 % des Konsums aus, der 2020 um 0,6 % sinken soll.

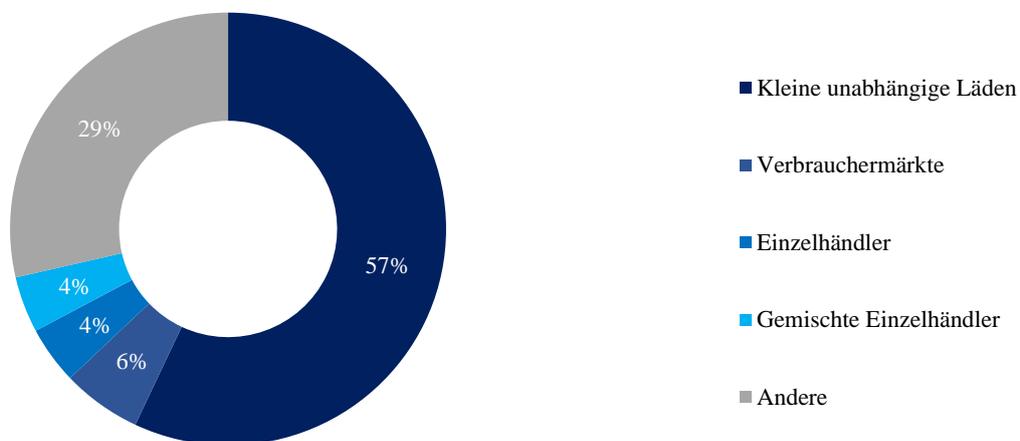
**Tabelle 24: Segmentierung des Konsums von süßen Keksen, Snackriegeln & Fruchtsnacks**

Kategorie	%
Süße Kekse	85,7
Snackriegel	13,1
Fruchtsnacks	1,2
Total	100

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Kleine unabhängige Geschäfte waren 2019 mit einem Anteil von 57 % im Verkauf von Kleingebäck in Mexiko führend. Auf Supermärkte und Hypermärkte entfielen 6 % bzw. 4 %.

Vertriebskanäle (2019)



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

Quelle: Euromonitor (2019 – 2020) – süße Kekse, Snackriegel & Fruchtsnacks in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

6. Die Backwarenindustrie

**Tabelle 25: Verkaufspreise unterschiedlicher Kleingebäcksorten**

Bild	Produkte	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Arcoiris Gamesa 440 g	PepsiCo	Chedraui	–
			Walmart	2,35
			Superama	2,38
	Polvorones Marinela 375 g	Bimbo	Chedraui	1,21
			Walmart	1,29
			Superama	–
	Donas Bimbo 105 g	Bimbo	Chedraui	0,50
			Walmart	0,50
			Superama	–
	Kellogg`s Pop-Tarts 384 g	Kellogg`s	Chedraui	–
			Walmart	2,13
			Superama	2,19
	Marías Cuétara 500 g	Cuétara	Chedraui	1,29
			Walmart	1,29
			Superama	–
	Oreo 273,6 g	Mondelez	Chedraui	1,02
			Walmart	1,15
			Superama	1,18

Quelle: eigene Darstellung

## 6.4 Überblick über Exporte und Importe

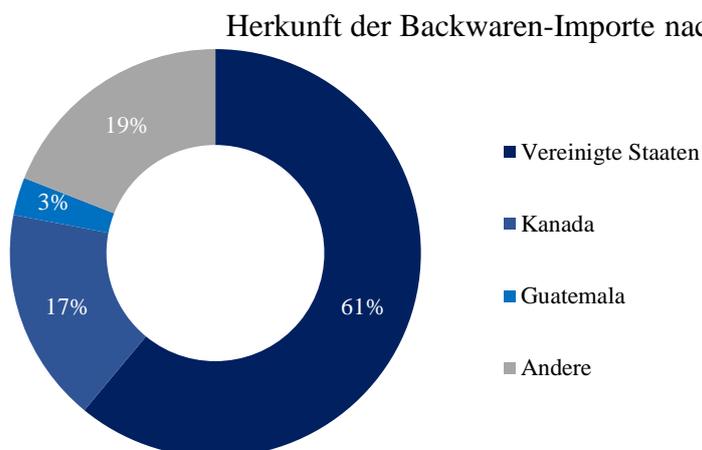
Im Jahr 2019 beliefen sich die Importe von Backwaren auf 331,6 Mio. USD, dies waren 3,2 % mehr im Vergleich zu 2018. Die Exporte beliefen sich auf 1,3 Mrd. USD und die Außenhandelsbilanz verzeichnete somit einen Überschuss.

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

Jahr	Backwaren (HS-Code 1905)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	289.112	901.213
2016	265.036	1.097.313
2017	269.542	1.265.950
2018	321.316	1.319.868
2019	331.562	1.342.964

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Im Jahr 2019 waren die Vereinigten Staaten mit einem Anteil von 61 % der Hauptexporteur von Backwaren nach Mexiko. An zweiter Stelle steht Kanada mit einem Anteil von 17 %. Deutschland belegt mit einem Anteil von 0,7 % den elften Platz als größter Exporteur.



**Abbildung 37: Herkunft der Backwaren-Importe nach Mexiko – HS-Code 1905 (2019)**

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

## 6. Die Backwarenindustrie

Bezüglich der Exporte von Backwaren im Jahr 2019 sind 93 % mit einem Wert von 1,3 Mrd. USD für die Vereinigten Staaten bestimmt. Guatemala, das 4 % der gesamten Exporte mexikanischer Backwaren erhält, belegt den zweiten Platz mit einer deutlichen Differenz.

Zielorte der Backwaren-Exporte aus Mexiko (2019)

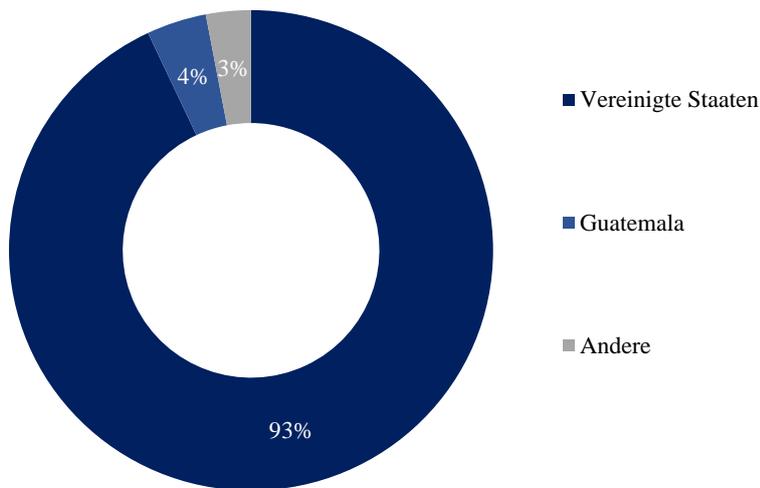


Abbildung 38: Zielorte der Backwaren-Exporte aus Mexiko – HS-Code 1905 (2019)

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

### 6.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Segment der Backprodukte konzentrierten 2019 die fünf führenden Unternehmen 20,1 % des Marktes auf sich, wobei dieses Segment stark von handwerklichen Produkten beherrscht wird.

In Bezug auf das Segment der Kleingebäcke machen die fünf größten Unternehmen hingegen 68,7 % des Marktanteils aus.

## 6. Die Backwarenindustrie

**Tabelle 27: Marktanteil nach Unternehmen (2019)**

Backprodukte		Kleingebäck	
Unternehmen	%	Unternehmen	%
Bimbo	18,5	PepsiCo	34,5
Mondelez	0,6	Bimbo	24,6
D’Gari	0,5	Mondelez	3,9
Organizacion Soriana	0,3	Kellogg	3,3
Con Alimentos SA	0,2	Gómez Cuétara Hnos	2,4
Andere	79,9	Andere	31,3

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

[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

**Tabelle 28: Marktanteil nach Marke (2019)**

Backprodukte		Kleingebäck	
Marke (Unternehmen)	%	Marke (Unternehmen)	%
Bimbo (Bimbo)	8,2	Gamesa (PepsiCo)	32,2
Tia Rosa (Bimbo)	3,9	Marinela (Bimbo)	15,5
Marinela (Bimbo)	2,7	Bimbo (Bimbo)	5,8
Suandy (Bimbo)	1,1	Kellogg’s (Kellogg Company)	3,3
Jell-O (Mondelez)	0,6	Lara (Bimbo)	2,4
D’Gari (D’Gari)	0,5	Cuétara (Gomez Cuétara)	2,4
Andere	83,0	Andere	38,4

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

[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 6.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

### 6.6.1 Bimbo



- Website: [www.bimbo.com.mx/es](http://www.bimbo.com.mx/es)
- 39 Produktionsstätten: (6) Estado de México, (6) Ciudad de México, (5) Jalisco, (4) Nuevo Leon, (3) Baja California, (3) San Luis Potosí, (2) Yucatán, (2) Hidalgo, (1) Chihuahua, (1) Durango, (1) Guanajuato, (1) Puebla, (1) Sinaloa, (1) Sonora, (1) Tabasco und (1) Veracruz
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Brot, Feingebäck, süße Kekse
- Marken: Marinela, Bimbo, Tía Rosa, Lara, Suandy, Wonder u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Backprodukte und Kleingebäck): 3,4 Mrd. USD
- Marktanteil 2019: Backprodukte 18,5 %, Kleingebäck 24,6 %



## 6. Die Backwarenindustrie

### 6.6.2 PepsiCo



- Website: [www.pepsico.com.mx](http://www.pepsico.com.mx)
- 3 Produktionsstätten: (2) Ciudad de México und (1) Guanajuato
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse, Snackriegel, Fruchtsnacks
- Marken: Gamesa, Quaker
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kleingebäck): 900 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 34,5 %



### 6.6.3 Mondelēz



- Website: [www.mx.mondelezinternational.com](http://www.mx.mondelezinternational.com)
- 3 Produktionsstätten: (1) Nuevo León, (1) Estado de México und (1) Puebla
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse
- Marken: Jell-O, Oreo, Chips Ahoy!, Marbú
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Backprodukte und Kleingebäck): 191 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Backprodukte 0,6 %, süße Kekse 3,9 %



### 6.6.4 Kellogg`s (Kellogg Company)



- Website: [www.kelloggs.com.mx](http://www.kelloggs.com.mx)
- 4 Produktionsstätten: (1) Querétaro, (1) Nuevo León, (1) Estado de México und (1) en Baja California
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Snackriegel
- Marke: Kellogg`s
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kleingebäck): 86 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Kleingebäck 3,3 %



### 6.6.5 Gómez Cuétara Hnos



- Website: [www.gcuetara.com.mx](http://www.gcuetara.com.mx)
- 5 Produktionsstätten: (3) Ciudad de México, (1) Nuevo Leon und (1) Veracruz
- Wichtigste Produkte der Kategorie: süße Kekse (mit und ohne Füllung)
- Marken: Cuétara
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Kleingebäck): 63 Mio. USD
- Marktanteil 2019: Kleingebäck 2,4 %



## 6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

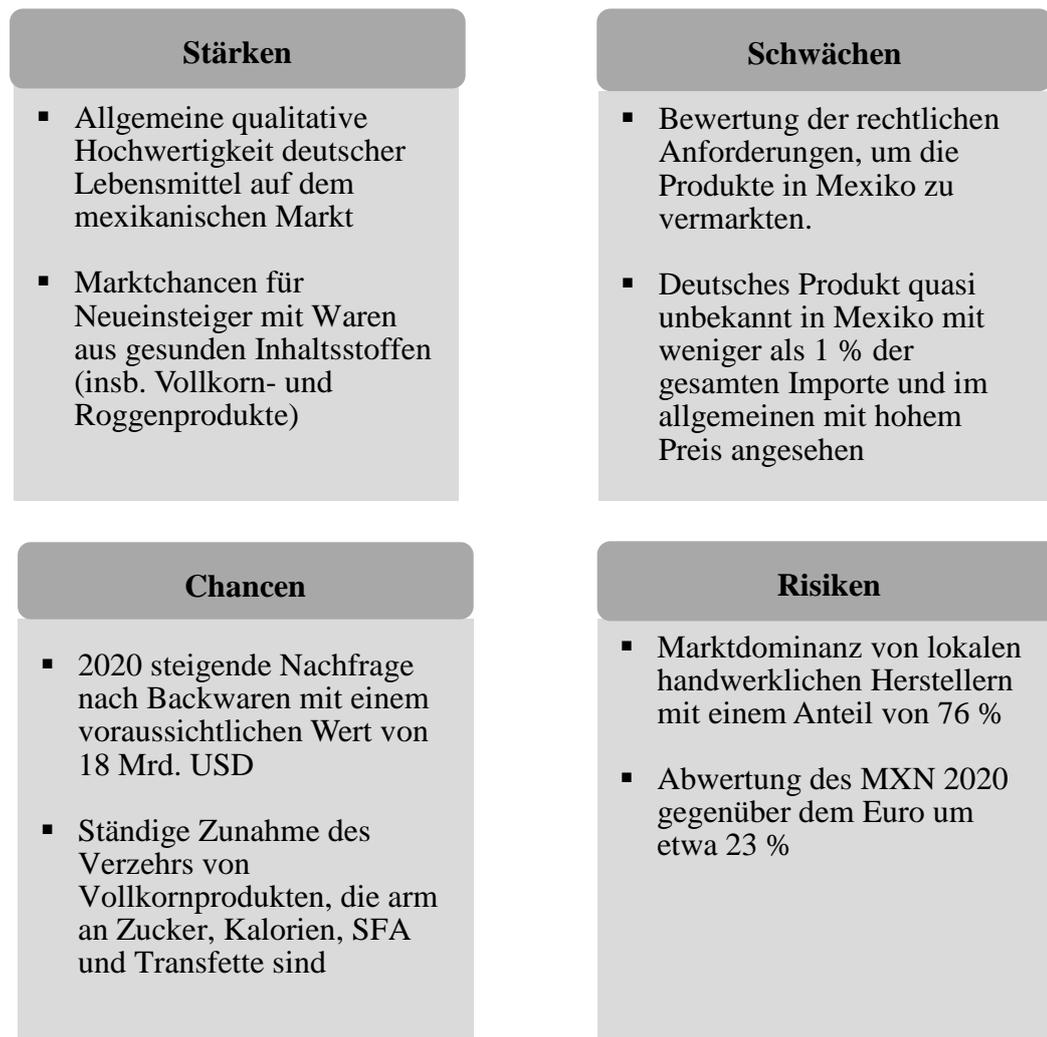


Abbildung 39: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Die neue Kennzeichnungsverordnung hat Produkte mit hohem Gehalt an Zucker, SFA, Transfettsäuren und Natrium hervorgehoben und den Herstellern die Notwendigkeit auferlegt, neue und gesündere Produkte auf den Markt zu bringen.

Neben gesunden Inhaltsstoffen ist die Wahrnehmung von Frische ein weiterer Umsatzbeschleuniger, denn sie ist ein Attribut, das die Verbraucher mit der Produktqualität verbinden.

Die mexikanischen Backwarenimporte stiegen von 289,1 Mio. USD im Jahr 2015 auf 331,6 Mio. USD im Jahr 2019, was das Marktpotenzial für deutsche Anbieter verdeutlicht, die derzeit weniger als 1 % der mexikanischen Importe konzentrieren.

## 6. Die Backwarenindustrie

Die Abwertung des MXN während des Zeitraums Januar bis September 2020 gegenüber dem Euro um 23 % machte europäische Produkte gegenüber den in Mexiko hergestellten Produkten weniger wettbewerbsfähig.

Die hohen Preise deutscher Produkte und das vielfältige Angebot, insbesondere im Backwarenssegment, könnten Hindernisse für deutsche Hersteller darstellen.

Aus diesem Grund wird, um auf dem mexikanischen Markt Backwaren einzuführen, vorgeschlagen, Handelspartnerschaften mit lokalen Akteuren einzugehen, die in der Backwarenbranche konsolidiert sind und Erfahrung mit dem Import europäischer Produkte haben. Diese Partner werden auch dafür verantwortlich sein, die notwendigen Anpassungen der Etiketten sowie die besten Marketingstrategien und Vertriebskanäle aufzuzeigen.

## 7. Die Cerealienindustrie

### 7.1 Kurze Einführung in den Markt

Der mexikanische 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 mexikanische Cerealienverbrauch 127 Tsd. t und 654 Mio. USD. Die CAGR belief sich im Zeitraum 2015 bis 2019 auf 6,3 %. Für 2020 wird ein Wachstum des Verbrauchs von 5,9 % auf 671 Mio. USD geschätzt.

Die führenden Unternehmen auf dem mexikanischen Cerealienmarkt sind Kellogg mit einem Anteil von 42,8 %, Nestlé mit 12,2 % und PepsiCo mit 9,6 %.

Der durchschnittliche Einzelhandelspreis für Cerealien beträgt 5,1 Tsd. USD pro t und für 2020 wird ein konstanter Durchschnittspreis erwartet.

Mexiko importierte im Jahr 2019 Cerealien im Wert von 60,6 Mio. USD und exportierte einen Wert von 285,1 Mio. USD.

### 7.2 Überblick über die lokale Produktion

In Anbetracht der führenden Unternehmen in dieser Kategorie wurden 24 Produktionseinheiten identifiziert, wobei Estado de México, Mexiko-Stadt und Jalisco die Regionen mit der höchsten Konzentration an Produktionsanlagen sind.

Nestlé verfügt über 17 Produktionseinheiten in Mexiko, die ca. 71 % der gesamten identifizierten Einheiten auf sich konzentrieren. Im Estado de México befinden sich fünf dieser Produktionsstätten.

Kellogg`s, das zweite Unternehmen in dieser Kategorie, verfügt über vier Produktionsstätten in Mexiko in den folgenden Bundesstaaten: Querétaro, Nuevo Leon, Baja California und Estado de México.

## 7. Die Cerealienindustrie



Abbildung 40: Standorte der wichtigsten Cerealienhersteller in Mexiko

Quelle: eigene Darstellung

### 7.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 betrug der Volumenverbrauch von Cerealien 126,8 Tsd. t, was einer Steigerung von 2,3 % gegenüber 2018 entspricht.

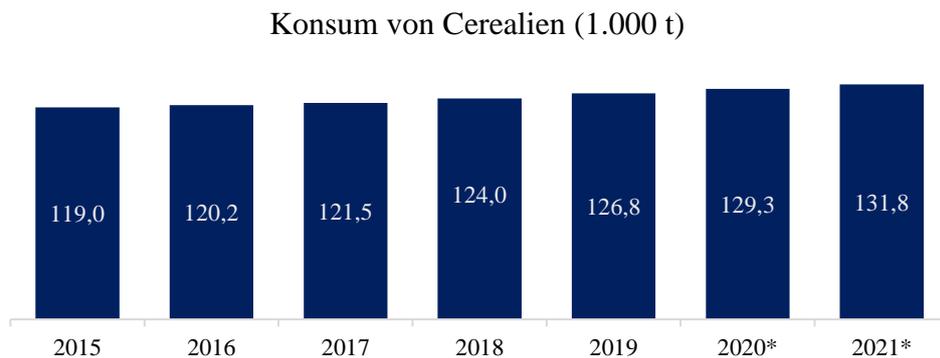


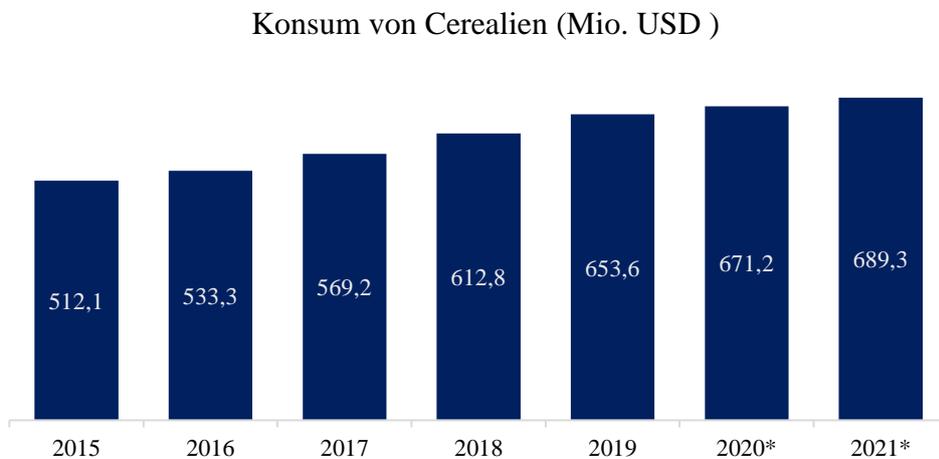
Abbildung 41: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Wertmäßig belief sich der Cerealienverbrauch in Mexiko im Jahr 2019 auf 653,6 Mio. USD, was einer Steigerung um 6,7 % gegenüber 2018 entspricht.

## 7. Die Cerealienindustrie

Für 2020 und 2021 wird ein durchschnittliches jährliches Wachstum von 2,7 % auf 689 Mio. USD geschätzt.



**Abbildung 42: Konsum von Frühstückscerealien im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)**

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Wertmäßig konzentrierten sich 88 % des gesamten Cerealienverbrauchs im Jahr 2019 auf verzehrfertige Cerealien. Es wird erwartet, dass dieser Anteil bis 2020 gleichbleiben wird.

**Tabelle 29: Segmentierung des Konsums von Frühstückscerealien (2019)**

Kategorie	%
Verzehrfertige Cerealien	88,0
Heiße Cerealien	12,0
Total	100

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Zwischen 2015 und 2020 stieg der Einzelhandelspreis für Cerealien in Mexiko um 21 %, wobei 2020 ein Durchschnittspreis von 5,19 Tsd. USD pro t zu erwarten ist.

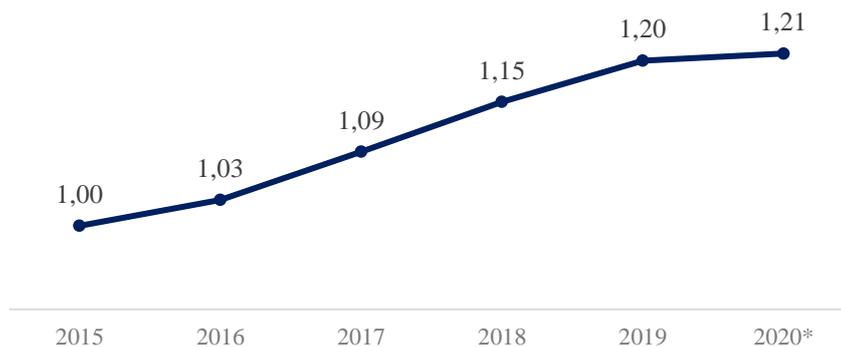
## 7. Die Cerealienindustrie

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

Jahr	Durchschnittspreis (USD/t)
2015	4.304
2016	4.437
2017	4.686
2018	4.942
2019	5.155
2020*	5.191

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

### Diskrepanz der Einzelhandelspreise (2015=1,00)



**Abbildung 43: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)**

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Im Jahr 2019 waren Verbrauchermärkte und kleine unabhängige Geschäfte mit 29 % bzw. 23 % die Hauptvertriebskanäle für Cerealien und Getreidezeugnisse. Auf Einzelhändler entfielen 15 % des gesamten Umsatzes.

Der Online-Einzelhandelsumsatz im Jahr 2019 machte 1,2 % des Gesamtumsatzes aus und stieg gegenüber 2018 um 0,9 %.

## 7. Die Cerealienindustrie

Vertriebskanäle (2019)

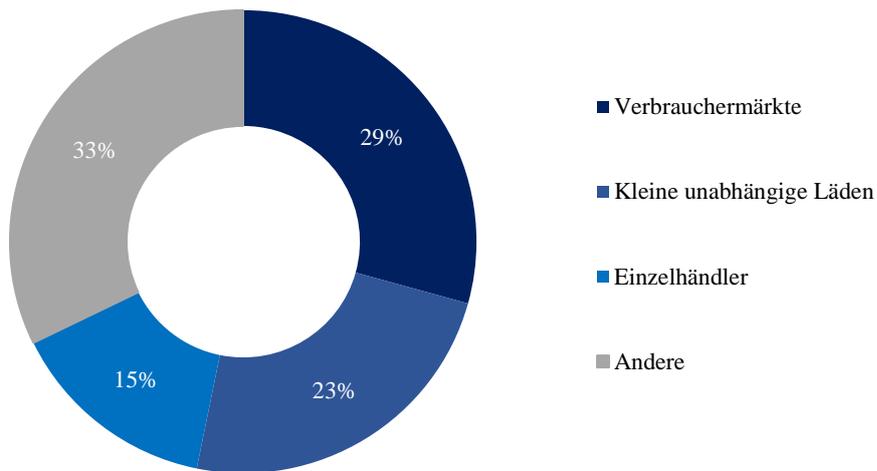


Abbildung 44: Anteile der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Tabelle 31: Verkaufspreise unterschiedlicher Frühstückscerealienarten

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Cereal Kellogg's 490 g	Kellogg	Chegrau	1,47
			Walmart	1,47
			Superama	1,47
	Carlos V Cereal 590 g	Nestlé	Chegrau	2,53
			Walmart	2,58
			Superama	2,60
	Cereal Quaker O's 380 g	PepsiCo	Chegrau	2,08
			Walmart	2,10
			Superama	2,10

## 7. Die Cerealienindustrie

	Cereal Nesquik 230 g	Nestlé	Chegrau	1,13
			Walmart	1,36
			Superama	–
	Cereal Maizoro Azucaradas 720 g	PepsiCo	Chegrau	2,03
			Walmart	2,12
			Superama	–
	Granola Granvita 350 g	Avena de Chihuahua	Chegrau	1,72
			Walmart	2,17
			Superama	1,72

Quelle: eigene Darstellung

### 7.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 importierte Mexiko Cerealien im Wert von 60,6 Mio. USD, was einem Rückgang um 14 % gegenüber 2018 entspricht. Die Exporte beliefen sich auf 285,1 Mio. USD, dies verzeichnete einen Überschuss in der Außenhandelsbilanz von 224,5 Mio. USD.

Die wichtigsten Handelspartner Mexikos für diese Kategorie sind die Vereinigten Staaten, Kanada, Guatemala und Italien.

## 7. Die Cerealienindustrie

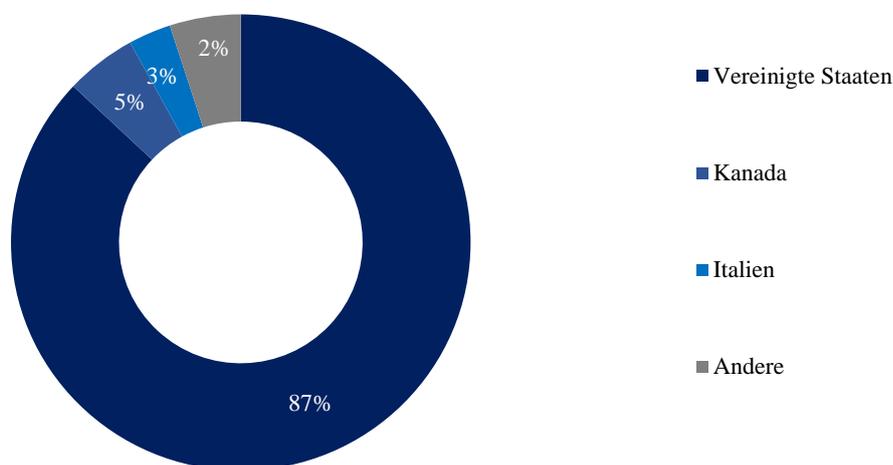
**Tabelle 32: Importe/Exporte: Cerealien, durch Aufblähen oder Rösten von Getreide oder Getreideerzeugnissen hergestellt (HS-Code 1904)**

Jahr	Cerealien (HS-Code 1904)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	71.241	240.502
2016	71.144	240.754
2017	67.750	236.068
2018	70.625	264.364
2019	60.636	285.051

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Deutschland war 2019 mit einem Anteil von 0,2 % der siebtgrößte Cerealienexporteur nach Mexiko, was 121 Tsd. USD entspricht. Italien ist der europäische Hauptlieferant mit 3 % der exportierten Werte, allerdings unbedeutend im Vergleich zu dem überwältigenden Umsatzvolumen der exportierten Cerealien aus den Vereinigten Staaten.

**Herkunft der Cerealien-Importe nach Mexiko (2019)**



**Abbildung 45: Herkunft der Cerealien-Importe nach Mexiko – HS-Code 1904 (2019)**

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

In Bezug auf die mexikanischen Cerealien-Exporte waren die Vereinigten Staaten der Hauptzielort für 75 % der gesamten Exporte. Guatemala, Kanada und Costa Rica machen zusammen 13 % aus.

## 7. Die Cerealienindustrie

Zielorte der Cerealien-Exporte aus Mexiko (2019)

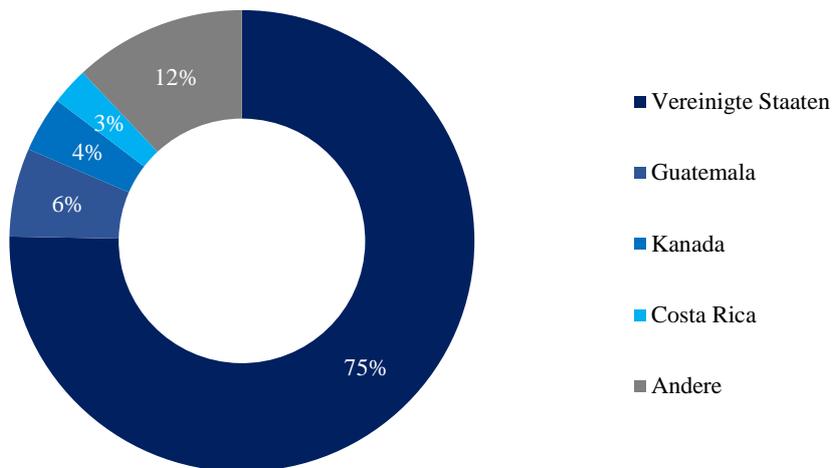


Abbildung 46: Zielorte der Cerealien-Exporte aus Mexiko – HS-Code 1904 (2019)

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

### 7.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller

Im Jahr 2019 machten zwei Unternehmen 55 % des Cerealienmarktes in Mexiko aus, Kellogg und Nestlé. Diese Anteile sind seit 2015 konstant geblieben.

Tabelle 33: Marktanteil nach Unternehmen (2019)

Unternehmen	%
Kellogg	42,8
Nestlé	12,2
PepsiCo	9,6
Avena de Chihuahua	3,7
Productos Verde Valle	2,0
Andere	29,7

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Mexiko: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Bei den führenden Marken sind die ersten beiden ebenfalls Kellogg`s und Nestlé mit 42,1 % bzw. 8,6 %.

**Tabelle 34: Marktanteil nach Marke (2019)**

Marke (Unternehmen)	%
Kellogg`s (Kellogg Company)	42,1
Nestlé (Nestlé)	8,6
Quaker (PepsiCo)	6,5
Nesquik (Nestlé)	3,6
Maizoro (PepsiCo)	3,1
Granvita (Avena de Chihuahua)	2,5
Andere	33,6

Quelle: Euromonitor (2019) – Frühstückscerealien in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 7.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

### 7.6.1 Kellogg`s (Kellogg Company)



- Website: [www.kelloggs.com.mx](http://www.kelloggs.com.mx)
- 4 Produktionsstätten: (1) Querétaro, (1) Nuevo León, (1) Estado de México und (1) Baja California
- Wichtigste Produkte der Kategorie: verzehrfertige Cerealien (inkl. mit Schokolade und Obst)
- Marken: Kellogg`s, All-Bran, Zucaritas, Choco Krispis, Special K, Kellogg`s Extra, Froot Loops, Rice Krispies Treats
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Cerealien): 279,7 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 42,8 %



## 7. Die Cerealienindustrie

### 7.6.2 Nestlé



- Website: [www.nestle.com.mx](http://www.nestle.com.mx)
- 17 Produktionsstätten: (5) Estado de México, (4) Jalisco, (4) Querétaro, (1) Chiapas, (1) Guanajuato, (1) Puebla und (1) Veracruz
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Frühstücksflocken, Haferflocken, Granola u. a.
- Marken: Nesquik, Cookie Crisp, Cheerios, Trix, Cinnamon Toast Crunch, Corn Flakes, Fitness, Carlos V cereal, Lucky Charms u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Cerealien): 79,7 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 12,2 %



### 7.6.3 PepsiCo



- Website: [www.pepsico.com.mx](http://www.pepsico.com.mx)
- 3 Produktionsstätten: (2) Ciudad de México und 1 en Guanajuato
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Granola, Haferflocken, Frühstücksflocken
- Marken: Quaker, Maizoro
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Cerealien): 62,7 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 9,6 %



## 7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

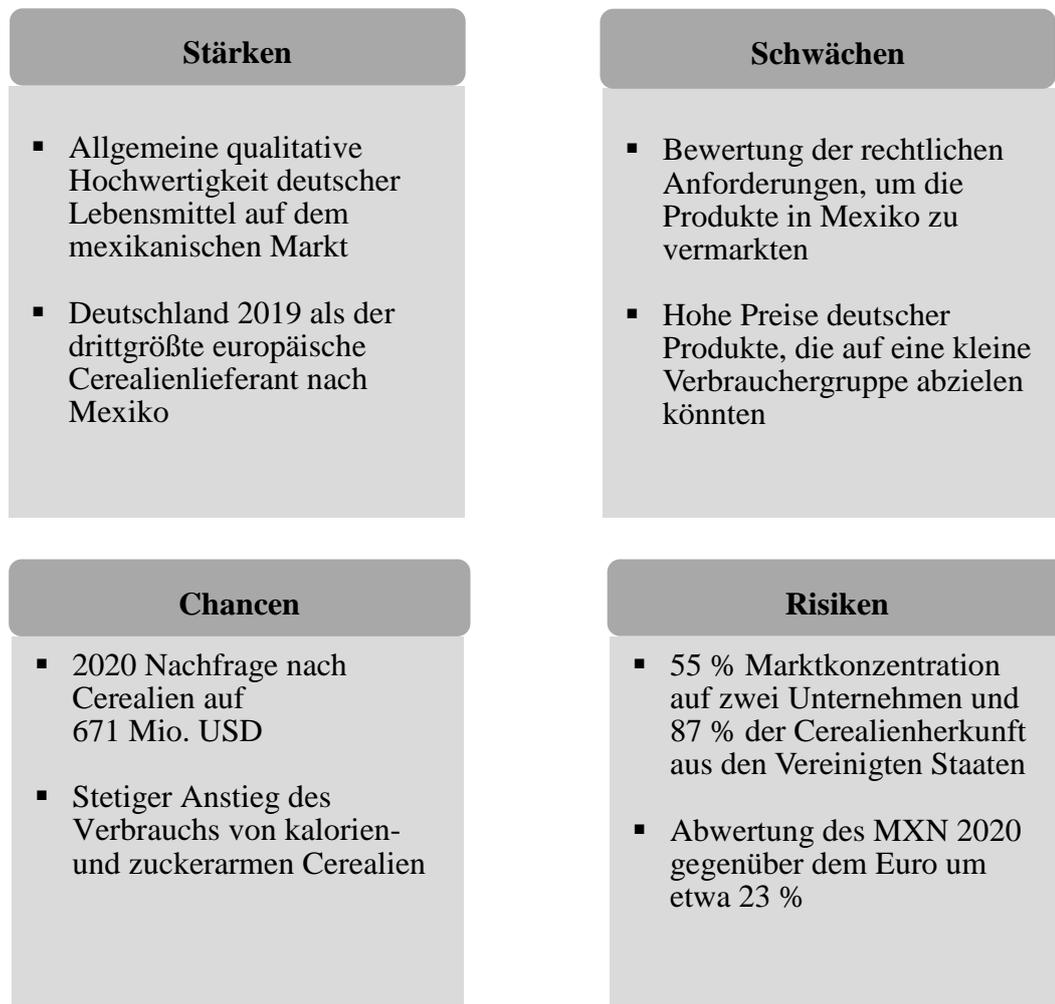


Abbildung 47: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Für 2020 wird ein Wachstum um 5,9 % auf 671 Mio. USD geschätzt.

Der Markt für Cerealien ist von der neuen Kennzeichnungsverordnung stark betroffen, da sie im Allgemeinen einen hohen Zuckergehalt aufweisen. Angesichts des wachsenden Gesundheits- und Wellness-Trends beginnen die Hersteller von Frühstückscerealien damit, neue Produkte zu entwickeln, die als gesund und funktionell empfundene Inhaltsstoffe wie z. B. Präbiotika enthalten.

Die Hälfte der Cerealienbranche in Mexiko wird von Kellogg`s und Nestlé beherrscht und fast 90 % der gesamten Importe kommen aus den Vereinigten Staaten. Der deutsche Hersteller

## 7. Die Cerealienindustrie

muss, um sich von der Konkurrenz abzuheben, neue Produkte mit einem großen Unterschied bei den Inhaltsstoffen anbieten

Um Cerealien in den mexikanischen 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.

## 8. Der Speiseeismarkt

### 8.1 Kurze Einführung in den Markt

Der mexikanische Speiseeismarkt beinhaltet folgende Produkte:

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

Im Jahr 2019 betrug der Speiseeisverbrauch in Mexiko 514 Mio. USD und während des Zeitraums 2015 bis 2019 lag die CAGR bei 4,5 %. Für 2020 und 2021 wird ein Anstieg von 6 % bzw. 3,7 % auf 565 Mio. USD veranschlagt.

Volumenmäßig betrug der Verbrauch 90,4 Tsd. t. Für den Zeitraum 2015 bis 2019 war die CAGR 3 %.

Der Einzelhandelspreis von Speiseeis liegt bei 5,68 Tsd. USD pro t und wird bis 2020 schätzungsweise um 6,8 % auf 6,07 Tsd. USD pro t steigen.

Im Jahr 2019 konzentrierten die führenden Unternehmen Unilever und Grupo Herdez ca. 75 % des Marktes auf sich.

### 8.2 Überblick über die lokale Produktion

Es gibt vier Hauptproduzenten von Speiseeis mit Produktionseinheiten in Mexiko: Grupo Herdez, Quala, Unilever und General Mills.

Diese Unternehmen verfügen über 22 Produktionseinheiten, von denen sich neun im Estado de México befinden. Die Region mit der zweithöchsten Konzentration ist San Luis Potosi mit drei Fabriken.

Das mexikanische Unternehmen Grupo Herdez konzentriert 59 % der analysierten Produktionseinheiten auf sich, gefolgt von Unilever mit 18 %.

## 8. Der Speiseeismarkt



Abbildung 48: Standorte der wichtigsten Speiseeishersteller in Mexiko

Quelle: eigene Darstellung

### 8.3 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Im Jahr 2019 betrug der mengenmäßige Verbrauch von Speiseeis 90,4 Tsd. t, was einen Anstieg um 4 % gegenüber 2018 bedeutet. Für 2020 wird diese Menge auf 93,4 Tsd. t geschätzt.

Wertmäßig belief sich der Speiseeiskonsum in Mexiko im Jahr 2019 auf 514 Mio. USD, was einem Anstieg um etwa 8 % gegenüber 2018 entspricht.

## 8. Der Speiseeismarkt

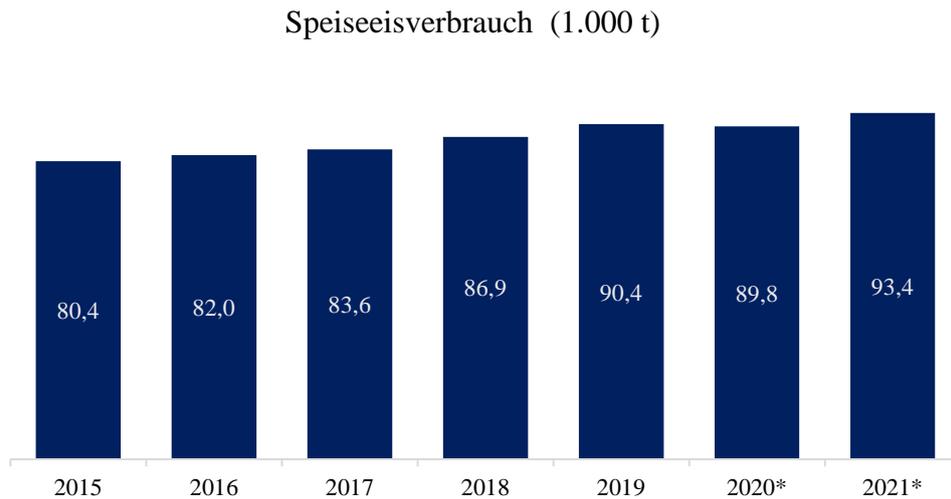


Abbildung 49: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (1.000 t)

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)



Abbildung 50: Konsum von Speiseeis im Zeitraum 2015 bis 2021 (Mio. USD)

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Auf Speiseeis konzentrieren sich 94,7 % der Nachfrage des gesamten mexikanischen Marktes und die beliebtesten Sorten im Land sind in dieser Reihenfolge:

1. Vanille
2. Schokolade
3. Erdbeere

Diese Rangfolge der Geschmacksrichtungen ist seit 2015 konstant geblieben und wird voraussichtlich 2020 und 2021 beibehalten.

## 8. Der Speiseeismarkt

**Tabelle 35: Segmentierung des Speiseeisverbrauchs (2019)**

<b>Kategorie</b>	<b>%</b>
Speiseeis	94,7
Gefrorene Desserts	5,3
Total	100

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Im Jahr 2019 betrug der Einzelhandelspreis von Speiseeis in Mexiko 5,68 Tsd. USD pro t und wird bis 2020 schätzungsweise um 6,8 % steigen. Im Zeitraum 2015 bis 2020 stieg der Preis für Speiseeis um 26,7 %.

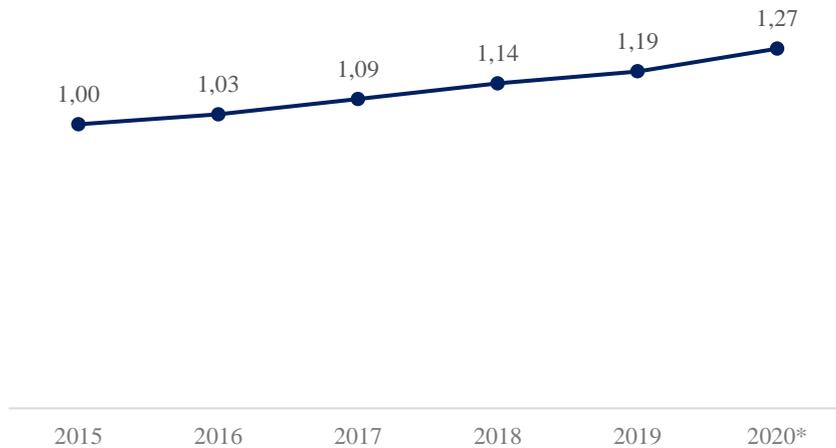
**Tabelle 36: Durchschnittspreis (Einzelhandel) pro Tonne (im Zeitraum 2015 bis 2020)**

<b>Jahr</b>	<b>Durchschnittspreis (USD/t)</b>
2015	4.795
2016	4.963
2017	5.220
2018	5.486
2019	5.688
2020*	6.073

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 8. Der Speiseeismarkt

### Diskrepanz der Einzelhandelspreise (2015 = 1,00)



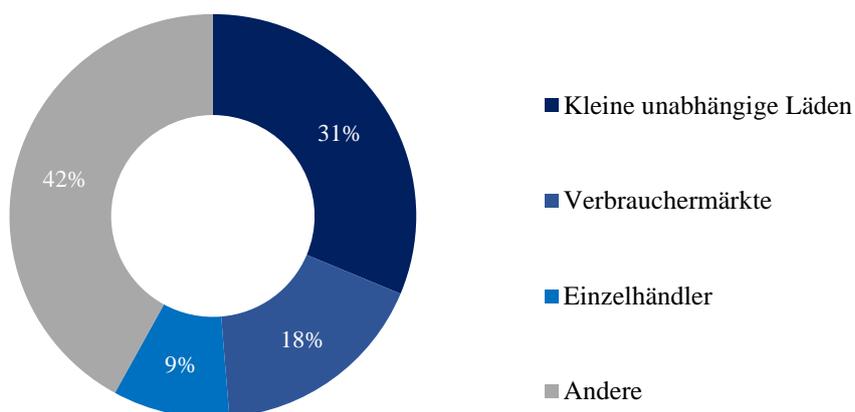
**Abbildung 51: Abweichung der Einzelhandelspreise je nach Kategorie (im Zeitraum 2015 bis 2020)**

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

Im Jahr 2019 machten kleine unabhängige 31 % des Speiseeisumsatzes in Mexiko aus. Auf Supermärkte und Hypermärkte entfielen insgesamt 27 %.

Im selben Jahr betrug der Anteil der E-Commerce-Verkäufe hingegen 0,1 %. Aufgrund des Covid-19 wird dieser Anteil für 2020 auf 0,3 % geschätzt.

### Vertriebskanäle (2019)



**Abbildung 52: Prozentsatz der Verkaufszahlen in den Vertriebskanälen (2019)**

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

## 8. Der Speiseeismarkt

**Tabelle 37: Verkaufspreise unterschiedlicher Speiseeissorten**

Bild	Produkt	Hersteller	Verkaufsstelle	Preis (USD)
	Helado Holanda 1 l	Unilever	Chedraui	1,70
			Walmart	2,27
			Superama	2,27
	Helado Magnum 440 ml	Unilever	Chedraui	4,94
			Walmart	4,94
			Superama	4,94
	Cornetto Brownie 190 ml	Unilever	Superama	1,08
			H.E.B	1,17
			–	–
	Paleta Helada Mega 100 ml	Herdez	7 Eleven	1,39
	Helado Danesa 33 1 l	Herdez	City Market	2,63

Quelle: eigene Darstellung

### 8.4 Überblick über Exporte und Importe

Im Jahr 2019 beliefen sich die mexikanischen Speiseeisimporte auf 51,5 Mio. USD, was ein Rückgang um 4,8 % gegenüber 2018 bedeutet. Seit 2015 sind die mexikanischen Speiseeisexporte erheblich gesunken.

## 8. Der Speiseeismarkt

Es wurden 2019 keine Eisexporte aus Mexiko registriert. Im Jahr 2018 wurden jedoch Exporte im Wert von etwa 1,5 Mio. USD erfasst.

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

Jahr	Speiseeis (HS-Code 2105)	
	Importe (Tsd. USD)	Exporte (Tsd. USD)
2015	55.029	6.545
2016	51.873	2.449
2017	46.209	2.033
2018	54.102	1.490
2019	51.525	0

Quelle: Trademap, [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Die Vereinigten Staaten waren 2019 verantwortlich für 100 % des gesamten Importumsatzes für alle Eislieferungen nach Mexiko.

### **8.5 Marktkonzentration und Dominanz einzelner Hersteller**

Im Jahr 2019 war Unilever mit 47 % das Unternehmen mit dem größten Anteil am Speiseeismarkt. Den zweiten Platz belegt Grupo Herdez mit 28 %, das 2015 die exklusive Lizenz für die Vermarktung und den Verkauf der Marken von Nestlé-Speiseeis in Mexiko erwarb.

Unilever hält die Marken Holanda, Magnum und Cornetto, deren Anteil 2019 zusammen 42,4 % betrug.

Die drei repräsentativsten Marken auf dem Speiseeismarkt gehören Unilever. Dem Unternehmen Herdez gehören andere wichtige Marken der Eisbranche: Mega, Danesa 33 und Nestlé Classic, die zusammen 9,8% des Marktanteils ausmachen.

## 8. Der Speiseeismarkt

**Tabelle 39: Marktanteil nach Unternehmen (2019)**

Unternehmen	%
Unilever de México	47,0
Grupo Herdez	28,1
Operadora Vips	2,4
Qualamex	2,3
General Mills	2,1
Andere	18,1

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

**Tabelle 40: Marktanteil nach Marke (2019)**

Marken (Unternehmen)	%
Holanda (Unilever)	26,9
Magnum (Unilever)	10,0
Cornetto (Unilever)	5,5
Mega (Herdez)	3,6
Danesa 33 (Herdez)	3,6
Nestlé Classic (Herdez)	2,6
Andere	47,8

Quelle: Euromonitor (2019) – Speiseeis in Mexiko, [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)

### 8.6 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

#### 8.6.1 Unilever



- Website: [www.unilever.com.mx](http://www.unilever.com.mx)
- 4 Produktionsstätten: (3) Estado de México und (1) Morelos

## 8. Der Speiseeismarkt

- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eiscreme im Becher, Eis in der Waffel und Eis am Stiel
- Marken: Holanda, Magnum, Cornetto, Solero, Breyers, Apollo u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Speiseeis): 241,7 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 47 %



### 8.6.2 Grupo Herdez



- Website: [www.grupoherdez.com.mx](http://www.grupoherdez.com.mx)
- 13 Produktionsstätten: (3) San Luis Potosí, (2) Coahuila, (2) Estado de México, (2) Sinaloa, (1) Chiapas, (1) Guanajuato, (1) Jalisco und (1) Oaxaca
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eis am Stiel u. a.
- Marken: Mega, Danesa 33, Nestlé Classic, Nutrisa, Nesquik, Lapiz de Color, Frizz, Eskimal, Pela Pop u. a.
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Speiseeis): 144,5 Mio. USD
- Marktanteil 2019: 28,1 %



## 8. Der Speiseeismarkt

### 8.6.3 Qualamex



- Website: [www.quala.com.mx](http://www.quala.com.mx)
- 4 Produktionsstätten: (4) Estado de México
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eis am Stiel u. a.
- Marken: BonIce
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Speiseeis): 11,8 Mio. USD
- Marktanteil: 2,3 %



### 8.6.4 General Mills



- Website: [www.generalmills.mx](http://www.generalmills.mx)
- 1 Produktionsstätte: (1) Guanajuato
- Wichtigste Produkte der Kategorie: Eincreme im Becher u. a.
- Marke: Häagen-Dazs
- Einzelhandelsverkäufe 2019 (Speiseeis): 10,8 Mio. USD
- Marktanteil: 2,1 %



## 8.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller

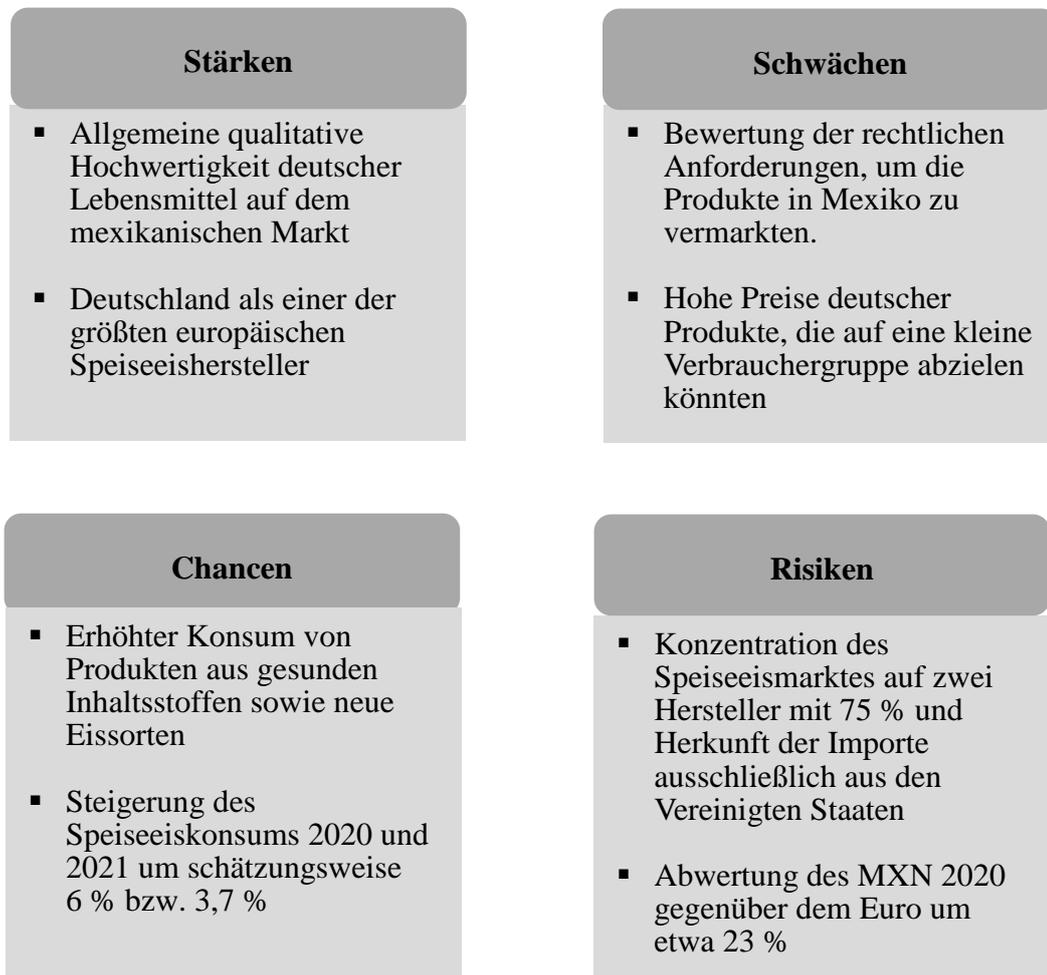


Abbildung 53: SWOT-Analyse

Quelle: eigene Darstellung

Obwohl Mexiko 2019 nur aus den Vereinigten Staaten Speiseeis importiert hat, stammten 2018 Importe aus anderen Ländern, wobei Frankreich mit 2 Mio. USD der zweitgrößte Exporteur war. Dies weist auf einen potentiellen Markt für europäische Speiseeishersteller hin, insbesondere für die Deutschen, die in dieser Kategorie zu den größten in Europa gehören.

Wie in den anderen analysierten Branchen wird auch im Speiseeismarkt in Mexiko für die nächsten Jahre (2021 bis 2025) ein Trend zu Gesundheit und Wohlbefinden erwartet. Die führenden Unternehmen auf dem Markt haben bereits damit begonnen, Produkte mit geringerem Kaloriengehalt und natürlicheren und nährstoffreicheren Inhaltsstoffen

## 8. Der Speiseeismarkt

anzubieten. Ebenso werden Sorten wie Passionsfrucht und Avocado aufgrund der damit verbundenen Gesundheitswahrnehmung im Trend liegen.

Um Speiseeis in den mexikanischen 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.

## **9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt**

Diese Studie zeigt, dass die fünf analysierten Sektoren im Zeitraum 2015 bis 2019 ein signifikantes Wachstum aufwiesen und dass 2020 trotz der Auswirkungen der Covid- 19- Pandemie alle Segmente einen Anstieg der Nachfrage aufweisen werden.

Bekannte multinationale Unternehmen wie Bimbo, PepsiCo und Unilever haben Produktionsstätten in Mexiko und führen starke Marketingkampagnen durch, um ihre Präsenz auf dem Markt zu festigen.

Darüber hinaus ergab die Studie, dass Deutschland zu den europäischen Hauptexporteuren von Schokolade, Zuckerprodukten und Cerealien nach Mexiko gehört und dass deutsche Produkte auf dem heimischen Markt als qualitativ hochwertig gelten. Dennoch ist das Umsatzvolumen der Vereinigten Staaten für alle analysierten Branchen im Vergleich zu anderen Exporteuren nach Mexiko überwältigend größer.

Die Nachfrage nach natürlichen Vollkornprodukten mit gesunden Inhaltsstoffen und einem geringen Anteil an Zucker, SFA, Transfetten und Natrium gewinnt an Bedeutung und wird für die mexikanischen Verbraucher immer wichtiger, wie von befragten Industrieexperten hervorgehoben wurde.

Es ist somit wichtig, mit qualifizierten lokalen Partnern zusammenzuarbeiten, die in diesem Sektor konsolidiert sind und über Erfahrung in der Vermarktung europäischer Produkte verfügen, damit sie die notwendigen Anpassungen der Verpackung, die zu verfolgenden Handelsstrategien und die wichtigsten Vertriebskanäle angeben können.

## 10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

### **AURRERÁ** (Einzelhändler)

Adresse: Nextengo 78, Santa Cruz Acayucan, CDMX, Mexiko

Telefonnummer: +52 55 532-7931 ext 1396

Ansprechpartnerin: Lourdes Galindo

E-Mail: [walmartmexicoycam@gmail.com](mailto:walmartmexicoycam@gmail.com)

Website: [www.bodegaurrera.com.mx](http://www.bodegaurrera.com.mx)

### **CASA LEY** (Einzelhändler)

Adresse: Carretera Int. Km 1434 Col. Infonavit Humaya, Culiacán Rosales, Sinaloa, Mexiko

Telefonnummer: +52 66 7759-1000 ext 1204

Ansprechpartnerin: Mary Félix

E-Mail: [mcorrales@casaley.com.mx](mailto:mcorrales@casaley.com.mx)

Website: [www.casaley.com.mx/](http://www.casaley.com.mx/)

### **CESARFER** (Importeur/Distributor)

Adresse: Av. Gavilán No 1251-9a, 09300, Iztapalapa, CDMX, Mexiko

Telefonnummer: +52 55 5686-6400 ext 404

Ansprechpartner: Cesar Fernandez

E-Mail: [ventas@cesarfer.com](mailto:ventas@cesarfer.com)

Website: [www.cesarfer.com](http://www.cesarfer.com)

### **COMERCIAL HISPANA** (Importeur/ Distributor)

Adresse: Av. Homero 418, Polanco, Polanco V Secc, 11560, Miguel Hidalgo, Mexiko

Telefonnummer: +52 55 5681-2390

Ansprechpartner: Joseba Gutierrez

E-Mail: [jgutierrez@comercialhispana.com](mailto:jgutierrez@comercialhispana.com)

Website: [www.comercialhispana.com.mx](http://www.comercialhispana.com.mx)

### **COMERCIAL SORIANA** (Einzelhändler)

Adresse: Alejandro de Rodas 3102-A, 8º sector. Col. Cumbres, Monterrey, N.L., Mexiko

Telefonnummer: +52 55 8329-9121

Ansprechpartner: Ricardo Madero

E-Mail: [rmadero@soriana.com.mx](mailto:rmadero@soriana.com.mx)

Website: [www.soriana.com](http://www.soriana.com)

## 10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

### **CONFITEXPO** (Messe)

Adresse: Av. Mariano Otero #1499, Verde Valle, 44550 Guadalajara, Jalisco, Mexiko

Telefonnummer: +52 33 3343-3000

Ansprechpartner: José María Herrera Díaz

E-Mail: [josehe@produccionesmanila.com](mailto:josehe@produccionesmanila.com)

Website: [www.confitexpo.com](http://www.confitexpo.com)

### **DELICIAS IMPORTADAS** (Importeur/ Distributor)

Adresse: Carretera Nacional # 5000 Local 302 Col. La Rioja, Monterrey, N.L., Mexiko

Telefonnummer: +52 81 1246-1132

Ansprechpartner: Miguel Angel Ponce

E-Mail: [gerencia@deliciasimportadas.com](mailto:gerencia@deliciasimportadas.com)

Website: [www.deliciasimportadas.com](http://www.deliciasimportadas.com)

### **DULCES EL DESCUENTO** (Distributor)

Adresse: Km 31.2 Carretera México, Stgo. Cuautlalpan, Texcoco, Estado de México, Mexiko

Telefonnummer: +52 59 5921-1884

Ansprechpartner: Israel Rodriguez

E-Mail: [acientes@dulceseldescuento.com.mx](mailto:acientes@dulceseldescuento.com.mx)

Website: [www.dulceseldescuento.com.mx](http://www.dulceseldescuento.com.mx)

### **EXPOANTAD & ALIMENTARIA MEXICO** (Messe)

Adresse: No.1855 Piso 6, Col. Polanco 1ª Secc., 11510 CDMX, Mexiko

Telefonnummer: +52 55 5580-9900

Ansprechpartnerin: Irene Salazar

E-Mail: [irene@feriasalimentarias.com](mailto:irene@feriasalimentarias.com)

Website: [www.expoantad.com.mx](http://www.expoantad.com.mx)

### **FOOD INDUSTRY MEETINGS** (Messe)

Adresse: Miguel Al. Valdés 175, 50226 San Pedro Totoltepec, Estado de México, Mexiko

Telefonnummer: +52 55 6719-3080

Ansprechpartnerin: Dalia Castillo

E-Mail: [dandrade@advbe.com](mailto:dandrade@advbe.com)

Website: [www.mexico.foodindustrymeetings.com](http://www.mexico.foodindustrymeetings.com)

## 10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

### **FOOD TECH SUMMIT & EXPO** (Messe)

Adresse: Centro Citibanamex, Av. Del Conscripto 311, Lomas de Sotelo, CDMX, Mexiko

Telefonnummer: +52 55 5268-2000

Ansprechpartnerin: Laura Fernández

E-Mail: [capacitacionmx@encumex.mx](mailto:capacitacionmx@encumex.mx)

Website: [www.foodtechnologysummit.com](http://www.foodtechnologysummit.com)

### **GOURMET SHOW** (Messe)

Adresse: Montecito 38, Nápoles, Benito Juárez, 03810, CDMX, Mexiko

Telefonnummer +52 55 5604 4900 ext 216

Ansprechpartner: Rocio Olivares

E-Mail: [rolivares@tradex.com.mx](mailto:rolivares@tradex.com.mx)

Website: [www.gourmetshow.mx](http://www.gourmetshow.mx)

### **MEXIPAN** (Messe)

Adresse: Dr. Liceaga no. 96 Col. Doctores, Cuauhtémoc, CDMX, Mexiko

Telefonnummer: +52 55 5590-2034

Ansprechpartnerin: Karime Velazquez

E-Mail: [karime.v.martinez@gmail.com](mailto:karime.v.martinez@gmail.com)

Website: [www.mexipan.com.mx](http://www.mexipan.com.mx)

### **OPERADORA FUTURAMA AL SUPER** (Einzelhändler)

Adresse: Calle paseo de las facultades #601, colonia los huertos, Chihuahua, Mexiko

Telefonnummer: +52 61 4442-1149

Ansprechpartner: Gerardo Ruiz

E-Mail: [gera@alsuper.com](mailto:gera@alsuper.com)

Website: [www.alsuper.com](http://www.alsuper.com)

### **SALON CHOCOLATE Y CACAO** (Messe)

Adresse: Montecito 38, Nápoles, Benito Juárez, 03810, CDMX, Mexiko

Telefonnummer: + 52 55 5604-4900

Ansprechpartner: Alfredo Cordero

E-Mail: [alfredo@tradex.com.mx](mailto:alfredo@tradex.com.mx)

Website: [www.salonchocolate.mx](http://www.salonchocolate.mx)

## 10. Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

### **SUPERMERCADOS INTERNACIONALES H.E.B** (Einzelhändler)

Adresse: Calle Hidalgo y Costilla, No. 2405, Obispado, Monterrey, N. L., Mexiko

Telefonnummer: +52 81 8153-1100 Ext. 1514

Ansprechpartnerin: Laura Rodriguez

E-Mail: [laurodriguez@hebmex.com](mailto:laurodriguez@hebmex.com)

Website: [www.heb.com.mx](http://www.heb.com.mx)

### **TIENDAS CHEDRAUI** (Einzelhändler)

Adresse: Antonio Chedraui Caram 248, Xalapa, Veracruz., Mexiko

Telefonnummer: +52 55 1103-8000

Ansprechpartner: Arturo Zermeño

E-Mail: [azermeno@chedraui.com.mx](mailto:azermeno@chedraui.com.mx)

Website: [www.chedraui.com.mx](http://www.chedraui.com.mx)

## 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

beachfront/stock.adobe.com

## TEXT

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

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

## DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt Broggin Partners keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktstudie bzw. für Schäden, die sich – direkt oder indirekt – durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktstudie getroffen werden.

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens Broggin Partners und zweitens die Förderung durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestattet.

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

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

Weitere Informationen unter

[www.bmel.de](http://www.bmel.de)

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

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

[www.agrarexportfoerderung.de](http://www.agrarexportfoerderung.de)