



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft



# Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in den Niederlanden

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und  
Ernährungswirtschaft / November 2022



## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	3
Abbildungsverzeichnis .....	5
Abkürzungsverzeichnis .....	6
1. Executive Summary .....	7
2. Einleitung.....	8
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....	9
3.1 Länderkurzinformationen.....	9
3.2 Wirtschaftslage und Aussichten .....	11
3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion .....	13
4. Die Süßwarenindustrie .....	15
4.1 Einführung in den Markt .....	15
4.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer) .....	16
4.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller .....	17
4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	18
5. Die Knabberartikelindustrie .....	19
5.1 Einführung in den Markt .....	19
5.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer) .....	20
5.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller .....	21
5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten .....	21
6. Die Backwarenindustrie .....	23
6.1 Einführung in den Markt .....	23
6.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer) .....	23
6.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller .....	24
6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	25
7. Die Cerealienindustrie .....	26
7.1 Einführung in den Markt .....	26
7.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer) .....	27
7.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller .....	28
7.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	28
8. Der Speiseeismarkt.....	29
8.1 Einführung in den Markt .....	29
8.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer) .....	29
8.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller .....	30

8.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten .....	31
9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt .....	32
10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme .....	34
10.1 Zoll- und präferenzrechtliche Bestimmungen .....	34
10.2 Kennzeichnungsvorschriften .....	34
10.3 Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren .....	35
10.4 Weiterführende Informationen .....	35
11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland .....	37
12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten .....	39
12.1 Fachmessen .....	39
12.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen .....	41
12.3 Lebensmitteleinzelhandel .....	42
12.4 Importeure/Hersteller .....	49

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Karte Niederlande .....	9
Abbildung 2: Niederländische Exporte der HS-Warengruppe 200520 nach Zielländern im Jahr 2020, in Mio. USD .....	20
Abbildung 3: Niederländische Exporte der HS-Warengruppe 190530 nach Zielländern im Jahr 2020, in Mio. USD .....	24
Abbildung 4: Niederländische Importe der HS-Warengruppe 1904 nach Herkunftsländern im Jahr 2020, in Mio. USD .....	27
Abbildung 5: Niederländische Exporte der HS-Warengruppe 2105 nach Zielländern im Jahr 2020, in Mio. USD .....	30
Abbildung 6: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Niederlande 2021, Menge in t .....	37
Abbildung 7: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Niederlande 2021, Wert in Tsd. EUR....	38

## Abkürzungsverzeichnis

BIP	Bruttoinlandsprodukt
BDSI	Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CAGR	Jährliche Wachstumsrate (Compound Annual Growth Rate)
EU	Europäische Union
EUR	Euro
ha	Hektar
HS	Harmonisiertes System der Zollnomenklatur
kg	Kilogramm
km	Kilometer
l	Liter
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
NVWA	Niederländische Behörde für Lebensmittel- und Produktsicherheit (Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit)
OEC	The Observatory of Economic Complexity
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
TNO	Organisation für Angewandte Naturwissenschaftliche Forschung (Nederlandse Organisatie voor toegepast-natuurwetenschappelijk onderzoek)
u. a.	unter anderem
USD	US-Dollar
z. B.	zum Beispiel

### 1. Executive Summary

Obwohl die Niederlande mit lediglich rund 18 Mio. Einwohnern ein kleines Land sind, verfügt es über einen Süßwarenmarkt, der deutschen Herstellern und Exporteuren von Süßwaren und Knabberartikeln aussichtsreiche Absatzchancen bietet. Der niederländische Verbrauchermarkt ist durch wettbewerbsfähige Verarbeitungs- und Einzelhandelsindustrien gekennzeichnet, die für internationale Marken offen sind. Der niederländische Verbraucher schätzt innovative und hochwertige Produkte und achtet verstärkt auf Nachhaltigkeitsaspekte. Gesundheit und Wohlbefinden sind darüber hinaus wichtige Kriterien, die die Kaufentscheidung von niederländischen Verbrauchern beeinflussen.

Zuckerwaren, Schokolade, Kekse, Chips und salzige Snacks sowie Nüsse sind in den Niederlanden die am häufigsten konsumierten Snacks. Verbraucherumfragen zufolge konsumieren Niederländer im Durchschnitt drei bis sieben Mal pro Woche Süßigkeiten und Knabberartikel wie Nüsse. Torten und Kuchen, Speiseeis, Pizza und frittierte Knabberartikel werden seltener konsumiert. Speiseeis wird sowohl auswärts in Eisdielen als auch zu Hause verzehrt. Grundsätzlich lässt sich jedoch feststellen, dass die meisten Niederländer im Durchschnitt nur ein bis fünf Mal im Jahr Speiseeis essen.

Im Allgemeinen ist der Supermarkt der wichtigste Absatzkanal für Süßwaren und Knabberartikel. Beim regelmäßigen Einkauf im Supermarkt kaufen die Niederländer am ehesten Süßwaren, gefolgt von Schokolade, Kekse, Chips und salzige Snacks und Nüsse. Auch für Speiseeis stellt Supermarkt den wichtigsten Absatzkanal dar, auch wenn diese Produktgruppe weitaus seltener und eher bei Gelegenheitskäufen erworben wird. Speiseeis wird am seltensten während eines regelmäßigen Einkaufs im Supermarkt gekauft, doch war dies immer noch der wichtigste Ort für den Kauf von Speiseeis.<sup>1</sup>

Die Auswahl von Süßwaren und Knabberartikel wird in niederländischen Supermärkten durchschnittlich auf einer Regallänge von 174 m platziert. Die Mehrheit der Auslagefläche teilt sich auf Gebäck (28 %), Schokolade (24 %) sowie Nüssen, Samen und Studentenfutter (15 %) und Zuckersüßwaren (14 %) auf. Ebenso zu finden sind Chips (10 %), Snack-Riegel (4 %), Salzgebäck (3%) sowie andere herzhafte Snacks (2 %).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Health & Place (2022): Where do Dutch adults obtain their snack foods? Cross-sectional exploration of individuals' interactions with the food environment, unter <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1353829222000636?token=729B9863725AAA2FE060911C722BE4955C3789DDEC34337A18643BA6E4EB5796AC748B23CBC332CA56C3D84EB87B4BE&originRegion=eu-west-1&originCreation=20221113094555>, aufgerufen am 07.11.2022

<sup>2</sup> PWC (2017): European Snacking Market, unter <https://www.pwc.nl/en/industries/retail-and-consumer/deals-in-rc/european-snacking-market.html>, aufgerufen am 07.11.2022

## 2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum niederländischen Markt für Süßwaren und Knabberartikel wurde im November 2022 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt. Das Ziel ist es, mit der Studie interessierten deutschen Unternehmen einen Überblick über die Marktstrukturen und -charakteristika sowie über die Potentiale und Chancen eines Markteinstiegs in den Niederlanden zu vermitteln.

Nach einem Überblick über die allgemeine Wirtschaftsstruktur sowie die ökonomische Lage und Aussichten werden kurz die niederländische Lebensmittelproduktion beleuchtet und die rechtlichen Vorgaben für Einfuhr und Vertrieb von Süßwaren zusammengefasst.

Die Studie betrachtet fünf wichtige Produktgruppen: Süßwaren (Schokolade, Bonbons, Fruchtgummis und ähnliche Zuckerwaren), Knabberartikel (Chips, Extruderprodukte, Erdnüsse, Nüsse und Samen), Backwaren (Kekse, Kuchen und Knäckebrötchen), Cerealien (Flakes, Müsli und Granola) sowie Speiseeis. Insbesondere die Anzahl, Größe und Niederlassungen der niederländischen Produzenten, die Umsätze der Industrien, die Konsumausgaben der Haushalte sowie die Preisentwicklung werden bei der Analyse berücksichtigt. Außerdem werden die dominierenden Hersteller vorgestellt und das Potenzial für deutsche Hersteller der jeweiligen Industrie bestimmt. Zuletzt bietet die Studie eine Bestandsaufnahme der Chancen und Risiken deutscher Lieferanten sowie einen Überblick über die bisherigen Süßwarenexporte von Deutschland nach Malaysia.

Die Studie schließt mit einer umfangreichen Auflistung relevanter Messen sowie Unternehmen, Importeuren und Verbänden ab, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen.



### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Ein weiterer zentraler Faktor ist die hohe Bevölkerungsdichte des Landes. So werden die vier Großstädte Amsterdam, Rotterdam, Den Haag und Utrecht unter der Bezeichnung *Randstad* (alternativ Deltametropool) zusammengefasst. Die Metropolregion gehört neben Paris, London und dem Rhein-Ruhrgebiet zu den ökonomisch wichtigsten Ballungsräumen in Nordwest-Europa. In der Region leben ca. 42 % der Gesamtbevölkerung des Landes und über die Hälfte der Arbeitsplätze ist in der Region angesiedelt. Randstad ist der wirtschaftliche Motor des Landes, mehr als die Hälfte des Bruttoinlandsproduktes (BIP) wird hier erwirtschaftet. Die Niederlande sind in zwölf Provinzen unterteilt: Nordholland, Südholland, Zeeland (oder Seeland), Nordbrabant, Utrecht, Flevoland, Friesland, Groningen, Drenthe, Overijssel, Gelderland und Limburg.<sup>4</sup> Außerdem gehören zu den Niederlanden die in der Karibik liegenden Gebiete Curaçao, Sint Maarten und Aruba. Diese autonomen Länder nehmen ihre Angelegenheiten eigenständig wahr, handeln jedoch gemeinsam in Fragen, die das gesamte Königreich betreffen.

Die Niederlande sind eine konstitutionelle Monarchie mit parlamentarischem Regierungssystem. Neben den Ministern und Staatssekretären gehört der amtierende Monarch – seit 2013 Willem Alexander, König der Niederlande, Prinz von Oranien-Nassau – ebenfalls der Regierung an und ist zugleich Staatsoberhaupt. Der Ministerpräsident – seit 2010 Mark Rutte von der VVD (Konservativliberale) – ist Vorsitzender des Ministerrats, verfügt allerdings nicht über die Richtlinienkompetenz.<sup>5</sup>

Als eines der sechs Gründungsmitglieder der EWG, der heutigen Europäischen Union (EU), engagieren sich die Niederlande für die gemeinsamen Ziele der Union. Besondere Schwerpunkte liegen hier auf der Stärkung des Europäischen Binnenmarktes und der Wettbewerbsfähigkeit, sowie im Bereich Forschung und Innovation. Darüber hinaus sind die Niederlande Gründungsmitglied der NATO und aktives Mitglied der Vereinten Nationen. Im Rahmen der Arbeit bei internationalen Organisationen setzen die Niederlande ihre Schwerpunkte im Bereich der Entwicklungspolitik mit besonderem Fokus auf die Stärkung des Außenhandels. Treibendes Element ist hierbei auch die Rolle Den Haags als internationale Hauptstadt des Rechts, die u. a. Sitz des Internationalen Strafgerichtshofs und dem europäischen Polizeiamt Europol ist. Die Sicherung von Frieden und der internationalen Rechtsordnung als Basis für internationalen Handel und Wohlstand sind Grundlage des Engagements der Niederlande in den internationalen Organisationen.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> enviacon (2019): Industrie 4.0 in der Lebensmittelindustrie: Schwerpunkt Logistik und Verpackung

<sup>5</sup> Auswertiges Amt (2022): Niederlande: Politisches Porträt, unter <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/niederlande-node/politisches-portraet/211160>, aufgerufen am 02.11.2022

<sup>6</sup> enviacon (2019): Ebenda

## 3.2 Wirtschaftslage und Aussichten

Die niederländische Wirtschaft ist seit dem 16. Jahrhundert traditionell vom Handel geprägt. Das spiegelt sich auch in der heutigen Wirtschaftsstruktur des Landes wider. So ist die niederländische Wirtschaft sehr international ausgerichtet und stark exportorientiert. Die wichtigsten Handelspartner des Landes sind die Mitgliedstaaten der EU, allen voran die Nachbarländer Deutschland und Belgien.<sup>7</sup> Im Jahr 2021 hat Deutschland etwa 14,8 % aller Einfuhren geliefert und 24,3 % aller Ausfuhren abgenommen. Die meisten Importe kamen 2021 aus der Volksrepublik China (17,3 %). Beim Export ist außer Belgien (11,4 %) auch Frankreich (9 %) besonders bedeutend.<sup>8</sup>

Die Vorteile des Wirtschaftsstandortes Niederlande liegen in seiner leistungsfähigen Infrastruktur, den unternehmerfreundlichen Genehmigungsverfahren und günstigen rechtlichen Rahmenbedingungen, vor allem bezüglich der aufgeschlossenen Steuergesetzgebung gegenüber ausländischen Unternehmen. Darüber hinaus punkten die Niederlande mit einer herausragenden Logistik, kostengünstigen gewerblichen Immobilien und hochqualifizierten, mehrsprachigen und flexiblen Arbeitskräften. Das Bruttogehaltsniveau liegt nach wie vor unter dem deutschen. Da die Steuerabzüge im Vergleich zu Deutschland geringer sind, findet ein gewisser Ausgleich statt.

Die treibenden Säulen der niederländischen Wirtschaft sind die Sektoren Dienstleistung, Handel, Industrie und Landwirtschaft. Mit einem Anteil von fast 69,8 % (Stand: 2019) des BIP bildet der Dienstleistungssektor den wichtigsten Wirtschaftszweig und beschäftigt zudem fast vier Fünftel aller niederländischen Erwerbstätigen. Anschließend folgt die Industrie mit rund 17,8 %, und Landwirtschaft und Fischerei mit einem Anteil von rund 1,7 % am BIP. Der industrielle Zweig setzt sich zusammen aus Rohstoff- und mineralischer Brennstoffverarbeitung, chemischer Industrie sowie Elektronik-, Metall-, Nahrungs- und Genussmittelindustrie.

Mit einem Exportwert von über 95,6 Mrd. EUR sind die Niederlande nach den USA die zweitgrößte Agrarexportnation der Welt. Deutschland ist das wichtigste Abnehmerland und nimmt seit Jahren rund ein Viertel der niederländischen Agrarprodukte ab.<sup>9</sup> Der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Russlandsanktionen treiben die Kosten für Energie und Grundnahrungsmittel jedoch in die Höhe. Weltweit unterbrochene Lieferketten lassen auch die Preise von anderen Produkten steigen. In ihrer Frühjahrsprognose im Mai 2022 erwartet die EU-Kommission, dass die Teuerungsrate im Jahresschnitt 7,4 % erreicht.

---

<sup>7</sup> enviacon (2019): Industrie 4.0 in der Lebensmittelindustrie: Schwerpunkt Logistik und Verpackung

<sup>8</sup> GTAI (2022): Wirtschaft wächst trotz schwierigem internationalen Umfeld, unter <https://www.gtai.de/de/trade/niederlande/wirtschaftsumfeld/wirtschaft-waechst-trotz-schwierigem-internationalen-umfeld-258672>, aufgerufen am 03.11.2022

<sup>9</sup> DNHK (2020): Wirtschaftsstandort Niederlande, unter <https://www.dnhk.org/beratung/marktinformation/en/wirtschaftsstandort-niederlande/>, aufgerufen am 02.11.2022

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Insgesamt bleibt die Konjunktur jedoch in Schwung. Laut Europäischer Kommission wird sich die reale Inlandsnachfrage 2022 um 3 % ausweiten. Auch die Ausfuhr von Waren und Dienstleistungen wächst 2022 preisbereinigt um 3,9 %. So bieten sich deutschen Anbietern weiterhin gute Geschäftschancen, denn die Niederlande sollen 2022 laut Schätzungen auch 4,1 % mehr Waren und Dienstleistungen importieren. Damit setzt eine positive Entwicklung fort. Im Jahr 2021 war die niederländische Wirtschaft um 5 % gewachsen, nach einem coronabedingten Rückgang des BIP von 3,8 % 2020. Die niederländische Regierung hatte einen noch stärkeren Einbruch mit umfangreichen Förderprogrammen verhindert. Der niederländische Außenhandel ist 2021 stark um 21,5 % gestiegen und hat damit den Einbruch in der Coronakrise mehr als wettgemacht. Im Jahr 2020 war das Volumen um 7,5 % gesunken.

Die hohe Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit der niederländischen Wirtschaft zeigt sich in konstant hohen Überschüssen der Leistungsbilanz. Auch wegen ihrer Rolle als kontinentale Logistikkreuzung sind die Niederlande eine äußerst offene Volkswirtschaft. Im Jahr 2021 belief sich der Warenimport auf etwa 75 % des BIP, der entsprechende Export sogar auf 82 %. Des Weiteren haben Reexporte 2020 etwa 45 % der Gesamtausfuhr ausgemacht. Doch auch mit Waren aus eigener Herstellung hat das Land 2020 einen Exportüberschuss von 14,8 Mrd. EUR erwirtschaftet. Dies entspricht 1,9 % des BIP. Auch der Außenhandel mit Transitwaren hat 2020 einen Überschuss von 36 Mrd. EUR generiert.

Nach Angaben der Europäischen Kommission sollen die Beschaffungen von Maschinen und Anlagen 2022 preisbereinigt um 3,1 % steigen. Das Wachstum gründet auf einer guten Industriekonjunktur und einem Modernisierungstau, der in der Coronakrise entstanden ist. Im verarbeitenden Gewerbe war die Kapazitätsauslastung im Mai 2022 mit 84,2 % auf dem höchsten Stand der letzten zwölf Monate.

Die hohe Inflation lässt die niederländischen Reallöhne 2022 um 4 % sinken. Dennoch steigt die Konsumnachfrage der Haushalte, auch weil sich die Beschäftigung 2022 um 2 % ausweiten soll. Die Bank ING erwartet, dass der Einzelhandel seinen Umsatz 2022 preisbereinigt um 2,5 % steigern kann. Dabei ist das Wachstum im Onlinehandel mit 6 % besonders hoch. Bei Nahrungsmitteln gibt es eine stark steigende Nachfrage nach Bioprodukten. Im Jahr 2021 hat der Umsatz des Einzelhandels real um 3 % zugelegt. Die Bereitschaft der Haushalte, ihren Konsum über Kredite zu finanzieren, ist in der Covid19-Pandemie deutlich zurückgegangen. Die entsprechenden Darlehen haben sich im Dezember 2021 auf 10,1 Mrd. EUR summiert. Das waren 20,3 % weniger als 2020 und 34,7 % weniger als 2019.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> GTAI (2022): Wirtschaft wächst trotz schwierigem internationalen Umfeld, unter <https://www.gtai.de/de/trade/niederlande/wirtschaftsumfeld/wirtschaft-waechst-trotz-schwierigem-internationalen-umfeld-258672>, aufgerufen am 03.11.2022

#### 3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion

Als Zentrum der Lebensmittelindustrie sind die Niederlande nach den USA der zweitgrößte Exporteur von Agrarprodukten weltweit. Dank ihrer erstklassigen Forschungsinstitute, Forschungsuniversitäten und öffentlich-privaten Kooperationen zwischen Wissenschaft, Industrie und Regierung sind die Niederlande weltweit führend in Bezug auf Innovationen in der Agrar- und Lebensmittelbranche. Von den 20 größten Unternehmen der Agrar- und Lebensmittelbranche verfügen 15 über wichtige Produktions- oder Forschungs- und Entwicklungsstandorte in den Niederlanden. Zu diesen führenden Lebensmittelunternehmen in den Niederlanden zählen Nestlé, AB InBev, Coca-Cola, Unilever, Heineken, Cargill und Kraft Heinz.<sup>11</sup>

Der Wirtschaftszweig der lebensmittelverarbeitenden Industrie in den Niederlanden zeichnet sich durch eine überdurchschnittlich hohe Anzahl multinationaler Unternehmen aus. Die multinationalen Unternehmen Kellogg, Danone und Nestlé beteiligen sich außerdem finanziell an dem niederländischen Spitzenforschungsinstitut Top Institute Food and Nutrition (TIFN), das sich mit innovativen Lösungsansätzen im Lebensmittel- und Ernährungsbereich befasst. Es gibt auch eine beträchtliche Anzahl starker mittelständischer Unternehmen, die zusammen mit den multinationalen Unternehmen 51 % der Branche ausmachen und somit eine wichtige Rolle spielen.<sup>12</sup>

Insgesamt gibt es in den Niederlanden über 8.400 Produktionsstätten für Lebensmittel. Die Provinzen mit den meisten Produktionsstätten sind Südholland und Nordholland mit jeweils 1.635 und 1.595 sowie Nordbrabant mit 1.305 und Gelderland mit 1.085 Produktionsstätten. Hinsichtlich des Sektors, sind von den über 8.400 Unternehmen ca. die Hälfte in der Back- und Konditoreiindustrie tätig, 405 in der Kakao- und Schokoladenverarbeitende Industrie und 380 in der Knabberartikelindustrie.

Die hervorragende Anbindung an Europa und alle Kontinente bietet im Umkreis von 1 Tsd. km Zugang zu 244 Mio. Verbrauchern. Geschäftsorientierte Zollverfahren und leistungsfähige Infrastrukturen, Logistik- und Vertriebsnetze sowie Tiefwasserhäfen ermöglichen den Transport von Lebensmitteln von A nach B.

Zur Förderung von Innovationen bietet die niederländische Regierung wettbewerbsfähige Forschungsanreize, um die Weiterentwicklung der Agrar- und Lebensmittelbranche voranzutreiben. Darüber hinaus fördern die Niederlande spezielle öffentlich-private

---

<sup>11</sup> Zentrum der Agrar- und Lebensmittelbranche: Kleines Land mit internationaler Reichweite versorgt die Welt, unter [www.german.investinholland.com/doin-business-here](http://www.german.investinholland.com/doin-business-here), aufgerufen am 03.11.2022

<sup>12</sup> Dutch Industry (2022): Top Sector Agri & Food, unter <https://dutchindustry.org/5/>, aufgerufen am 04.11.2022

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Kooperationen wie den Dairy Campus, die die Entwicklung der Branche beschleunigen. Der Dairy Campus wurde von der Wageningen University & Research gegründet und bringt Landwirte, Lieferanten und Verarbeiter aus der gesamten Branche zusammen. Ein weiteres Beispiel ist das Brightlands Future Farming Institute. Es setzt auf „Future Farming“, Big Data und Künstliche Intelligenz, um die Lebensmittelproduktion zu optimieren.

In den Niederlanden gibt es auch einige Unterstützer für Lebensmittel- und Agrartechnologien. Rockstart, HortiHeroes, Yes!Delft und StartLife vermitteln internationalen Startups der Agrar- und Lebensmittelbranche Forschungs- und Finanzierungsmöglichkeiten. Das Agrartechnologieinstitut der TU Delft wiederum verfolgt einen technologieorientierten Ansatz zur Lösung globaler Nahrungsmittelprobleme.

Die Maßnahmen der Politik zur Unterstützung der Kreislaufwirtschaft umfassen unter anderem die Förderung von Präzisionslandwirtschaft und landwirtschaftlichen Innovationen, die Förderung von mehr Experimentiermöglichkeiten und die Honorierung nachhaltiger Anbaumethoden. Bis 2030 sollen die Niederlande zum Weltmarktführer in der Kreislaufwirtschaft werden. Für die Umsetzung dieser Vision hat die Regierung einen Maßnahmenplan veröffentlicht.

Auch im Bereich der Nachhaltigkeit spielt die Agrartechnologie eine wichtige Rolle. Niederländische Landwirte nutzen die Präzisionslandwirtschaft, um mit weniger Platz und geringeren Ressourcen höhere Erträge zu erzielen. Andere wiederum reduzieren Wasser und Ressourcen für den Anbau von Viehfutter. Da ein großer Teil des Erfolgs der Agrar- und Lebensmittelbranche des Landes im Labor seinen Anfang nimmt, erforscht die Niederländische Organisation für Angewandte Naturwissenschaftliche Forschung (TNO), wie die Digitalisierung genutzt werden kann, um die Landwirtschaft nachhaltiger zu gestalten. Mit Hilfe von Branchenführern und forschungsorientierten Organisationen wie der TNO beweisen die Niederlande, dass es möglich ist, ein nachhaltiges Lebensmittelsystem zu schaffen und unsere immer größer werdende Weltbevölkerung zu ernähren.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Zentrum der Agrar- und Lebensmittelbranche: Kleines Land mit internationaler Reichweite versorgt die Welt, unter [www.german.investinholland.com/doin-business-here](http://www.german.investinholland.com/doin-business-here), aufgerufen am 03.11.2022

### 4. Die Süßwarenindustrie

#### 4.1 Einführung in den Markt

Der Süßwarenmarkt in den Niederlanden ist einer der am schnellsten wachsenden in der Region. Im Jahr 2022 beläuft sich der Gesamtumsatz des Süßwarenssegments auf 2,86 Mrd. USD. Der größte Teil des Verbrauchs entfällt auf die Kategorie Schokolade, gefolgt von der Kategorie Zuckerwaren und Kaugummi. Die niederländischen Importe von Zucker und Zuckerwaren beliefen sich 2021 auf 1,12 Mrd. USD. Die Kategorie Zuckerwaren wird den Prognosen zufolge im Zeitraum 2021 bis 2026 das schnellste wertmäßige Wachstum verzeichnen. Hypermärkte und Supermärkte waren der führende Vertriebskanal für Süßwarenprodukte im Land. Mars, Incorporated, Mondelez International, Inc. und Ferrero S.p.A. sind die führenden Unternehmen im Land. Flexible Verpackungen waren das am häufigsten verwendete Verpackungsmaterial im niederländischen Süßwarenssektor.

Die Niederlande sind ein interessanter Markt für Schokolade, Schokoladenerzeugnisse und Kakao. Sie gelten als wichtigstes Zentrum des Kakaohandels in Europa und sind nicht nur größter Importeur von Kakaobohnen, sondern beherbergen auch eine der größten Kakaomühlen der Welt. Im Jahr 2020 beliefen sich die niederländischen Einfuhren auf 895 Tsd. t. Dies entspricht 24 % der weltweiten Kakaobohneneinfuhren. Die Niederlande bezogen 99 % ihrer Kakaobohneneinfuhren direkt aus den Erzeugerländern.

Die niederländische Kakaomühlenindustrie befindet sich in der Nähe des Amsterdamer Hafens. Sie beherbergt sowohl multinationale Unternehmen wie Olam und Cargill als auch niederländische Unternehmen wie Dutch Cocoa, Daarnhouwer und Theobroma (ECOM-Gruppe). Diese Unternehmen spielen sowohl bei der Einfuhr als auch bei der Herstellung von Kakaoerzeugnissen eine wichtige Rolle.

Der jährliche Schokoladenkonsum in den Niederlanden wird auf 5,1 kg pro Kopf geschätzt. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern ist der niederländische Pro-Kopf-Verbrauch von Schokolade niedrig. Beispiele für größere europäische Schokoladenverbraucher sind die Schweiz (8,8 kg pro Kopf) und Österreich (8,1 kg pro Kopf). Aufgrund der hohen Nachfrage nach niederländischer Schokolade für Geschenkzwecke ist verpackte Schokolade das größte Segment. Die Durchdringung des niederländischen Süßwarenmarkts mit Eigenmarken bleibt hoch, da handwerklich hergestellte Schokoladen, die Premium- und Gourmetprodukte anbieten, sehr beliebt sind. Während der Wunsch nach gesünderen Snacking-Optionen die Nachfrage nach „Better-for-you“-Süßwaren antreibt, wird die Sorge um die Lebensmittelsicherheit die Nachfrage nach „Clean Labeling“ vorantreiben.

#### 4. Die Süßwarenindustrie

So stellt Nachhaltigkeit einen wichtigen Aspekt in der Kakaoverarbeitungsindustrie in den Niederlanden. Im Jahr 2010 unterzeichneten die niederländische Regierung und die Akteure der Kakao- und Schokoladenindustrie in den Niederlanden eine Absichtserklärung, um bis 2025 einen zu 100 % nachhaltigen Kakaokonsum in den Niederlanden zu erreichen. Im Jahr 2018 trugen rund 66 % des von niederländischen Supermärkten verkauften Kakaos ein Nachhaltigkeitsiegel, entweder von der Rainforest Alliance oder Fairtrade und/oder ein Bio-Siegel. Landesweite Initiativen engagieren sich dafür den niederländischen Kakaosektor nachhaltiger zu gestalten. Ein Ergebnis dieser gemeinsamen Bemühungen war die Gründung der niederländischen Initiative für nachhaltigen Kakao (Dutch Initiative on Sustainable Cocoa, DISCO) im September 2020. Diese öffentlich-private Partnerschaft der meisten wichtigen Akteure im niederländischen Kakao- und Schokoladensektor zielt darauf ab, das Leben der Kakaobauern und ihrer Familien zu verbessern und gleichzeitig die Umwelt um die Farmen herum zu erhalten.

#### **4.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)**

Im Folgenden werden die Exporte und Importe für die Süßwaren der HS-Warengruppe 1704 (Zuckerwaren ohne Kakaogehalt, einschließlich weißer Schokolade) aufgeführt. Im Jahr 2020 exportierte die Niederlande Süßwaren dieser Warengruppe in Höhe von 628 Mio. USD. Im selben Jahr wurden Süßwaren von knapp 420 Mio. USD eingeführt. Die wichtigsten Zielländer sind Belgien mit einem Exportvolumen in Höhe von 123 Mio. USD, Deutschland (120 Mio. USD), Großbritannien (96,7 Mio. USD), Frankreich (70,5 Mio. USD) und Schweden (30,2 Mio. USD). Bei den bedeutendsten Herkunftsländer im selben Zeitraum ist Deutschland führend mit einem Importvolumen in Höhe von 137 Mio. USD, gefolgt von Belgien (116 Mio. USD).<sup>14</sup>

Im Jahr 2020 exportierte die Niederlande Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen, im Wert von 1,76 Mrd. USD, womit die Niederlande weltweit der fünftgrößte Exporteur dieser Produktgruppe war.<sup>15</sup> Die wichtigsten Ausfuhrländer sind hier Deutschland (348 Mio. USD), Frankreich (227 Mio. USD), Großbritannien (210 Mio. USD), Belgien (202 Mio. USD) sowie die Vereinigten Arabischen Emirate (45,9 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Exportmärkte waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Großbritannien mit einem Wachstumsvolumen in Höhe von 16,5 Mio. USD, gefolgt von Belgien (13,6 Mio. USD) sowie Frankreich (12 Mio. USD).

Die Importe im gleichnamigen Segment lagen bei 1,38 Mrd. USD. Zentrale Herkunftsländer waren Belgien (540 Mio. USD), Deutschland (319 Mio. USD), Großbritannien (129 Mio. USD),

---

<sup>14</sup> OEC World (2022): Confectionery Sugar in Netherlands, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/confectionery-sugar/reporter/nld>, aufgerufen am 05.11.2022

<sup>15</sup> OEC (2022): Chocolate in Netherlands, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/chocolate/reporter/nld>, aufgerufen am 05.11.2022

#### 4. Die Süßwarenindustrie

Frankreich (105 Mio. USD), gefolgt von Polen (94,9 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Importmärkte der HS-Warengruppe 1806 waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Frankreich (55 Mio. USD), Belgien (40,8 Mio. USD) und Deutschland (10,2 Mio. USD). Außerhalb des EU-Binnenmarktes bezieht die Niederlande Waren dieser Produktgruppe zu rund 90 % aus den USA.<sup>16</sup>

#### 4.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Der Süßwarenssektor besteht aus einer Vielzahl von kleinen und mittleren Unternehmen, etablierte Familienunternehmen und große internationale Konzerne. Insgesamt gibt es etwa 220 Unternehmen im Süßwarenssektor. Mehr als 12 Tsd. Menschen arbeiten in diesem Sektor. Verschiedene Süßwarenprodukte wie bspw. Kekse, Bonbons und Schokoladenprodukte unterscheiden sich natürlich erheblich voneinander, dennoch gibt es viele Gemeinsamkeiten zwischen ihren Herstellern. Sie bedienen weitgehend denselben Markt, verwenden häufig dieselben Rohstoffe und die Beschäftigten sind denselben Gesundheits- und Sicherheitsrisiken ausgesetzt. Aus diesem Grund haben sich Hersteller und Beschäftigte der Süßwarenbranche zusammengeschlossen. Seit dem 1. Juli 2007 gibt es einen Tarifvertrag für die gesamte Süßwarenindustrie: den COA Zoetwaren.<sup>17</sup>

Einer der Marktführer dieser Warengruppe in den Niederlanden ist Perfetti van Melle mit einer Anzahl von 17,9 Tsd. Mitarbeitern weltweit. Das Unternehmen ist der sechstgrößte Süßwarenhersteller der Welt. Sie verkaufen in über 150 Länder in 36 operative Gesellschaften und 31 Produktionsstätten. Im Jahr 2021 betrug der Nettoumsatz 2,472 Mrd. EUR. Zu den Produkten von Perfetti van Melle gehören u. a. Chupa Chups, Mentos, Alpenliebe, Klene, Look-o-Look, Smint, Air Heads, Center Fruit und Fruit-tella.

Der zweitgrößte Akteur auf dem Süßwarenmarkt in den Niederlanden ist Cloetta. Führende Marken in den Niederlanden sind Red Band, Venco, Sportlife, Xylifresh und King. Cloetta kann auf eine lange Tradition in den Niederlanden zurückblicken, die bis ins Jahr 1878 zurückreicht, als in Amsterdam das Lakritzunternehmen Venco gegründet wurde, das auch heute noch zu den lokalen Juwelen der Gruppe gehört. In den Niederlanden beschäftigt Cloetta rund 500 Mitarbeiter.

---

<sup>16</sup> OEC (2022): Chocolate in Netherlands, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/chocolate/reporter/nld>, aufgerufen am 05.11.2022

<sup>17</sup> Zoetwaren.nl (2022): De Zoetwarenssector, unter <https://www.zoetwaren.nl/organisatie/sector>, aufgerufen am 10.11.2022

#### **4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten**

Die Niederländer sind mäßige Schokoladenkonsumenten, zeigen aber ein wachsendes Interesse an hochwertiger Schokolade und interessanten neuen Geschmackskombinationen. Weiterhin zeichnet sich der niederländische Markt durch einen immer stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit aus.

Auf dem niederländischen Verbrauchermarkt besteht eine steigende Nachfrage nach hochwertiger und dunkler Schokolade, für die die Verbraucher bereit sind, einen höheren Preis zu zahlen. So bietet bspw. die Eigenmarke Delicata (von Albert Heijn) inzwischen eine breite Palette reiner Schokoladentafeln aus bestimmten Herkunftsländern an, was auf die wachsende Bedeutung dieses Konzepts auf dem Mainstream-Markt hinweist.

Obwohl sich die niederländischen Verbraucher in erster Linie vom Geschmack leiten lassen, gibt mehr als die Hälfte aller niederländischen Verbraucher an, dass Nachhaltigkeit auch eine wichtige Entscheidung beim Kauf von Schokolade im Supermarkt ist. Die beliebtesten Zertifizierungen auf dem niederländischen Schokoladenmarkt sind Rainforest Alliance/UTZ und Fairtrade.

Besonders beliebt sind Schokoriegel in den Niederlanden, deren Absatz zwischen 2013 und 2018 um 20 % gestiegen ist. Innerhalb der Kategorie Schokoriegel gibt es ein zunehmend vielfältiges Angebot an innovativen Zutatenkombinationen.

Gleichzeitig suchen die niederländischen Verbraucher zunehmend nach gesünderen Produkten. Die Süßwarenindustrie reagiert z. B. auf diesen Trend, indem sie zunehmend natürliche Süßungsmittel in Schokolade verwendet (wie Stevia und Agave). Auch die Nachfrage nach veganer (roher) Schokolade, dunkler Schokolade und Schokoladenprodukten mit als gesund empfundenen Zutaten steigt. So erfreuen sich bspw. Schokoladentafeln mit Avocado oder Matcha zunehmender Beliebtheit. Im Jahr 2019 war der niederländische Markt für Süßwaren war einer der ersten in Europa, auf dem Nestlé seine KitKat Green Tea Matcha-Schokolade einführte.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> CBI (2022): The Dutch market potential for cacao, unter <https://www.cbi.eu/market-information/cocoa-cocoa-a-products/netherlands/market-potential>, aufgerufen am 07.11.2022

## 5. Die Knabberartikelindustrie

### 5.1 Einführung in den Markt

Das Segment Knabberartikel umfasst süße, herzhaft und salzige Snacks wie Kartoffelchips, Kekse und Cracker sowie Tortilla-Chips, Flips und Brezeln. Der Markt für Knabberartikel in den Niederlanden wies im Jahr 2021 einen Gesamtumsatz von 1,01 Mrd. USD auf, was einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate (CAGR) von 2,9 % zwischen den Jahren 2016 und 2021 entspricht. Der positive Wachstumstrend soll auch in den kommenden Jahren anhalten. Für das laufende Jahr 2022 wird ein Marktvolumen von 1,05 Mrd. USD erwartet, was einem Zuwachs von 4,1 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Knabberartikeln lag im Jahr 2021 bei 8,4 kg. Am beliebtesten sind herzhaft und salzige Snacks und Kekse, gefolgt von Kartoffelchips und danach Tortilla-Chips, Flips und Brezeln. Die Pro-Kopf-Ausgaben der niederländischen Verbraucher lagen im gleichen Jahr bei durchschnittlich 58,56 EUR. Für das Jahr 2022 wird ein Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben auf 60,83 EUR erwartet. Auch wenn der Online-Handel immer mehr zunimmt und die niederländischen Verbraucher ihre Lebensmitteleinkäufe auch über den E-Commerce tätigen, so erfolgte der Absatz von Knabberartikeln im Jahr 2021 zu 96,3 % über den stationären Handel wie Supermärkte und Hypermärkte.<sup>19</sup> PepsiCo, The Kellogg Company und Intersnack Group GmbH & Co. KG sind die führenden Unternehmen im Land. Flexible Verpackungen sind das am häufigsten verwendete Verpackungsmaterial im niederländischen Snacksektor.

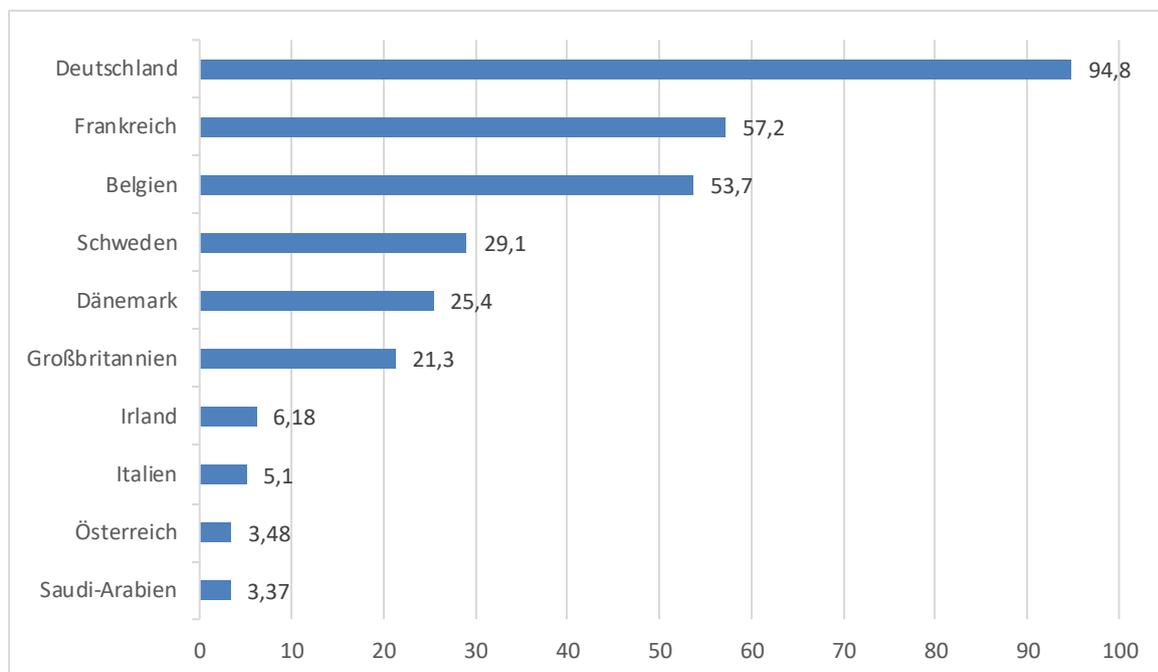
Verbrauchertrends in den Niederlanden zeigen, dass obwohl die Konsumenten ungesunde Snacks bevorzugen, der Markt für gesunde Snacks rasant anwächst. Sowohl „Better-for-you“-Produkte als auch funktionale Gesundheitsvorteile gehören zu den wichtigsten Trends bei Snacks. Das Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher nimmt immer mehr zu und eine gesündere Ernährung wird angestrebt. Für die Konsumenten steht in diesem Zusammenhang vor allem die Einschränkung des Zuckerkonsums im Fokus. Dennoch zeigen Studien, dass der Gesundheitswert eines Snacks nicht der Hauptgrund für die Kaufentscheidung ist. Einen größeren Einfluss auf die Kaufentscheidung nimmt der Geschmack. Für die Konsumenten ist die Vorstellung von gesundem Essen oft mit dem Verzicht auf guten Geschmack verbunden. Infolgedessen werden ungesunde Snacks als befriedigender wahrgenommen als gesunde. Um den gleichen Sättigungsgrad beim Verzehr gesunder Snacks zu erreichen wie beim Verzehr ungesunder Knabberartikel, konsumieren die Verbraucher im Durchschnitt eine größere Menge.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Global Data (2022): Netherlands Savory Snacks Market Size and Trend Analysis by Categories and Segment, Distribution Channel, Packaging Formats, Market Share, Demographics, and Forecast, 2021 – 2026, unter <https://www.globaldata.com/store/report/netherlands-savory-snacks-market-analysis/>, aufgerufen am 07.11.2022

<sup>20</sup> Appetite (2020): The snack that has it all: People's association with ideal snacks, unter <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0195666319313376?token=F567D747C6BC15183B26ADCF4F1BF709F2FA9B6FE037FCA9FA2084ED3F46D2AEAAEDCAFA3156D11ADA28AD9CEE585703&originRegion=eu-west-1&originCreation=20221113103342>, aufgerufen am 09.11.2022

### 5.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)

Im Jahr 2020 wurden in der Produktgruppe mit HS-Code 200520 (Kartoffeln zubereitet und haltbar gemacht, anders als mit Essig oder Essigsäure), zu der Kartoffelchips gehören, niederländische Produkte im Wert von 329 Mio. USD exportiert. Die Niederlande sind damit der führende Exporteur dieses Warenssegments weltweit. Deutschland führt hier die Statistik mit einem Exportvolumen von 94,8 Mio. USD an, gefolgt von Frankreich (57,2 Mio. USD). Belgien steht mit einem Exportvolumen von 53,7 Mio. USD auf dem dritten und Schweden (29,1 Mio. USD) auf dem vierten Rang. Die am schnellsten wachsenden Zielmärkte dieser Produktgruppe waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Schweden (3,2 Mio. USD), Dänemark (1,17 Mio. USD) gefolgt von Litauen in Höhe von 533 Tsd. USD.<sup>21</sup>



**Abbildung 2: Niederländische Exporte der HS-Warengruppe 200520 nach Zielländern im Jahr 2020, in Mio. USD**

Quelle: Eigene Darstellung nach The Observatory of Economic Complexity (OEC)

Insgesamt importiert die Niederlande in derselben Produktgruppe Waren im Wert von 137 Mio. USD, somit liegt in diesem Segment eine aktive Handelsbilanz in Höhe von 191 Mio. USD vor. Das mit Abstand wichtigste Herkunftsland ist Belgien mit einem Importvolumen in Höhe von 94,7 Mio. USD. Weitere bedeutende Herkunftsländer für Einfuhren nach Niederlande sind Großbritannien (12,4 Mio. USD) dicht gefolgt von

<sup>21</sup> OEC (2020): Potatoes, prepared or preserved, not frozen/ vinegar in Netherlands, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/potatoes-prepared-or-preserved-not-frozen/vinegar/reporter/nld>, aufgerufen am 05.11.2022.

## 5. Die Knabberartikelindustrie

Deutschland (11,5 Mio. USD). Spanien verzeichnete ein Importvolumen im Wert von 6,26 Mio. USD und Frankreich 4,26 Mio. USD. Die am stärksten wachsenden Importmärkte zwischen 2019 und 2020 waren Belgien mit einem Wachstum in Höhe von (2,35 Mio. USD) gefolgt von Polen und den USA mit jeweils 1,11 Mio. USD.

Bei Knabberartikeln, die auf gemahlene und verarbeitete Nüsse basieren, teilt sich im Jahr 2020 der überwiegende Großteil der niederländischen Importe auf die Lieferländer China, Deutschland, Indien und Großbritannien auf. Diese vier Staaten machen insgesamt 86 % des Gesamtimportvolumens von 60,4 Mio. USD aus. Insgesamt exportierte die Niederlande in derselben Produktgruppe Waren im Wert von 277 Mio. USD. Lediglich China weist mit 547 Mio. USD ein größeres Außenhandelsvolumen für diese Waregruppe auf. Die wichtigsten Zielländer sind Frankreich mit einem Exportvolumen in Höhe von 79,2 Mio. USD, Deutschland (46,9 Mio. USD), Großbritannien (40,5 Mio. USD), Belgien (21,6 Mio. USD) und Schweden (19,2 Mio. USD).<sup>22</sup>

### 5.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Der Sektor für Knabberartikel wird dominiert von verschiedenen internationalen Unternehmen, die zwei größten in den Niederlanden sind Intersnack Group GmbH & Co. KG und PepsiCo.

Das Unternehmen Intersnack Nederland BV beschäftigt etwa 200 Mitarbeiter und hat einen Jahresumsatz von 80,8 Mio. EUR in den Niederlanden erzielt. Das Produktsortiment umfasst u. a. herzhaftes Snacks, Popcorn, Nüsse und Erdnussbutter. Das Unternehmen verpackt und vertreibt seine Produkte unter Markennamen wie Chio, POM-BÄR und Jack Klajn sowie unter Eigenmarken für den Einzelhandel. Sie sind Teil der internationalen Intersnack-Group mit Niederlassungen in ganz Europa. In den Niederlanden hat das Unternehmen Produktionsstätten an den Standorten Doetinchem, Lelystad und Hardinxveld-Giessendam.

PepsiCo Nederland B.V. erwirtschaftet als Teil der PepsiCo-Division Europe Sub-Saharan Africa (ESSA) einen Umsatz von 142 Mio. EUR und beschäftigt 510 Mitarbeiter. In den Niederlanden führt das Unternehmen bekannte und starke Marken wie Pepsi, Lay's, Doritos, Duyvis und Quaker und gehört zu den sechs größten Lebensmittelunternehmen des Landes.

### 5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten

---

<sup>22</sup> OEC (2020): Ground-nuts otherwise prepared or preserved in Netherlands, unter [led](#), aufgerufen am 05.11.2022.

## 5. Die Knabberartikelindustrie

Auch wenn sich das Konsumverhalten der niederländischen Verbraucher immer mehr wandelt und eine gesundheits- und qualitätsbewusste Ernährung angestrebt wird, ist der Geschmack von Knabberartikeln in den Niederlanden der wichtigste Entscheidungsfaktor für den Kauf. Deutsche Produzenten, die ein Alleinstellungsmerkmal in diesem Bereich haben und sich von der Konkurrenz abheben, können Marktpotenziale für sich erschließen. Gleichzeitig achten die Konsumenten vermehrt auf die Qualität der Produkte, so dass sich auch Absatzchancen für deutsche Hersteller im Premiumsegment ergeben.

Der niederländische Sektor der herzhaften Snacks wurde im Jahr 2021 wertmäßig von der Kategorie der verarbeiteten Snacks angeführt. Vielversprechende Anknüpfungspunkte für deutsche Hersteller dürften sich in diesem Segment bieten. Auch für Nüsse, Samen und Studentenfutter sollten sich in den kommenden Jahren interessante Absatzmöglichkeiten für deutscher Hersteller erschließen, da davon auszugehen ist, dass diese Kategorie zwischen 2021 und 2026 das schnellste Wachstum auf dem niederländischen Markt verzeichnen wird.

## 6. Die Backwarenindustrie

### 6.1 Einführung in den Markt

Die Größe des niederländischen Marktes für Backwaren und Cerealien wurde im Jahr 2021 auf 7,3 Mrd. USD geschätzt. Der Markt wird während des Prognosezeitraums voraussichtlich mit einer CAGR von mehr als 3 % wachsen. Brot und Brötchen waren die umsetzstärksten Waren dieser Produktgruppe, wobei für die Produktgruppe Energieriegel künftig voraussichtlich das schnellste Wertwachstum auf dem Markt zu erwarten ist.

Die wichtigsten Vertriebskanäle auf dem niederländischen Markt für Backwaren sind Hypermärkte und Supermärkte, Lebensmittel- und Getränkespezialisten, Convenience Stores, so genannte Dollar Stores und Einzelhändler für allgemeine Handelswaren. Der Lebensmittel- und Getränkespezialist war der führende Vertriebskanal auf dem Markt.<sup>23</sup> Eine durchschnittliche Bäckerei in den Niederlanden erzielte im Jahr 2018 fast die Hälfte ihres Umsatzes mit dem Verkauf von Brot. Der Verkauf von Kuchen, der sich auf Niederländisch sowohl auf „gebak“ (Gebäck) als auch auf „vlaaien“ (Torten) bezieht, machte etwas mehr als 30 % des durchschnittlichen Bäckereiumsatzes aus.

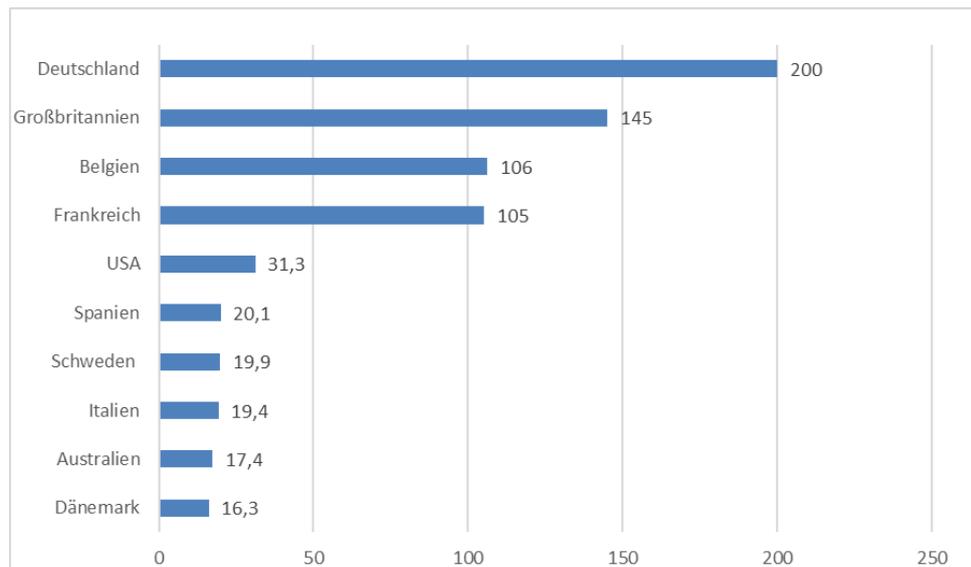
### 6.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)

Eine im Bereich der Backwaren relevante Produktgruppe ist die HS-Warengruppe 190530 (Süßes Kleingebäck, Waffeln und Oblaten). Im Jahr 2020 exportierte die Niederlande Produkte aus diesem Segment im Wert von 877 Mio. USD und belegte damit den dritten Platz der weltweiten Exporteure. Die Niederlande exportierte hauptsächlich nach Deutschland (200 Mio. USD), Großbritannien (145 Mio. USD), Belgien (106 Mio. USD), Frankreich (105 Mio. USD) und nach USA (31,3 Mio. USD). Die zehn bedeutendsten Zielländer niederländischer Exporte dieser Warengruppe werden in Abbildung 3 dargestellt.

---

<sup>23</sup> Global Data (2022): Netherlands Bakery and Cereals Market Size by categories, Distribution Channel, Market Share and Forecast, 2021 – 2026, unter <https://www.globaldata.com/store/report/netherlands-bakery-and-cereals-market-analysis/>, aufgerufen am 09.11.2022

## 6. Die Backwarenindustrie



**Abbildung 3: Niederländische Exporte der HS-Warengruppe 190530 nach Zielländern im Jahr 2020, in Mio. USD**

Quelle: Eigene Darstellung nach OEC

In der gleichen Warengruppe importierte Belgien Waren im Wert von 415 Mio. USD. Die wichtigsten Herkunftsländer waren im Jahr 2020 Belgien (156 Mio. USD), dicht gefolgt von Deutschland (151 Mio. USD). Polen belegt mit 20,7 Mio. USD den dritten Platz, gefolgt von Großbritannien (19,2 Mio. USD) und Österreich (13,6 Mio. USD). Zusammenfassend liegt in diesem Segment eine positive Handelsbilanz in Höhe von 462 Mio. USD vor. Die am schnellsten wachsenden Importmärkte waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Deutschland mit einem Zuwachs von 18 Mio. USD, gefolgt von Belgien (5,18 Mio. USD) und Großbritannien (2,15 Mio. USD).<sup>24</sup>

### 6.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Im niederländischen Einzelhandel sind im Bereich von Backwaren Global Player stark vertreten. Bolletje BV, Mondelez International Inc. und BORGESIOUS Bakkerijen BV sind die drei führenden Unternehmen im niederländischen Bäckerei- und Getreidesektor.

In den Niederlanden ist Mondelez Marktführer bei Keksen, steht an zweiter Stelle bei Schokolade und ist auch im Bereich Kaugummi tätig. Die Firma Mondelez hat einen Produktionsstandort in Breda. Zu den beliebtesten lokalen Marken gehören belVita, Cote d'Or, Milka, Oreo, Philadelphia, Alpen Gold, Chips Ahoy, Ritz, Prince, Mikado, Tuc und Lefèvre-Utile.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> OEC (2020): Sweets, biscuits, waffles and wafers in Netherlands, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/sweet-biscuits-waffles-and-wafers/reporter/nld>, aufgerufen am 05.11.2022.

<sup>25</sup> Mondelez International, unter <https://www.mondelezinternational.com/Belgium-Luxembourg-Netherlands>, aufgerufen am 11.11.2022

## 6. Die Backwarenindustrie

Bolletje BV ist ein traditionelles Familienunternehmen, welches im Jahr 2013 vom deutschen Unternehmen Borggreve in Neuenhaus übernommen wurde. Der Markenname wurde beibehalten und Borggreve verfolgte weiterhin eine nachdrückliche A-Markenstrategie für Bolletje. Die beiden Unternehmen wachsen weiterhin gemeinsam auf dem niederländischen und dem deutschen Markt. Zu ihren beliebtesten Produkten zählen Zwieback, Frühstücks-Cracker, Ontbijtkoek (Lebkuchen) und kleine Spekulatiuskügelchen, sogenannte Schuddebuikjes.

Die Bäckerei Borgesius ist ein niederländisches Familienunternehmen. Borgesius beliefert über seine neun Bäckereien in den Niederlanden täglich mehr als 900 Geschäfte mit rund 800 Tsd. Backwaren. Die Unternehmensbäckerei in Aalsmeer ist eine der größten in Europa.

### **6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten**

Im Hinblick auf den Export von deutschen Backwaren in die Niederlande ist es für deutsche Hersteller ratsam dem innovativen Geist der niederländischen Hauptakteure zu berücksichtigen, um in diesem Warenssegment erfolgreich zu sein. Der niederländische Markt für Backwaren birgt vielfältige Möglichkeiten entlang der gesamten Produktions- und Lieferkette. Wie bereits in Kapitel 6.2 aufgeführt, steht Deutschland auf dem zweiten Platz für Importe der HS-Warengruppe 190530. Dies verdeutlicht, dass deutsche Produkte auf dem niederländischen Markt gut ankommen und die Nachfrage gegeben ist.

Absatzpotential lässt sich für Backwaren zum Aufbacken identifizieren, die in den Niederlanden, ebenso wie in anderen europäischen Ländern, immer beliebter werden. Bis zum Jahr 2023 soll der Markt eine jährliche Wachstumsrate von 3 % erreichen.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Bakery and Snacks (2021): Dutch Bakery gets financial boost, unter <https://www.bakeryandsnacks.co.m/Article/2021/09/21/Dutch-Bakery-gets-financial-boost>, aufgerufen am 11.11.2022

## 7. Die Cerealienindustrie

### 7.1 Einführung in den Markt

Frühstückscerealien sind Getreideprodukte wie Haferflocken und Müsli. Haferflocken, Müsli und andere Vollkornfrühstücksflocken gehören zum „Schijf van Vijf“, der visuellen Darstellung der Richtlinien für eine gesunde Ernährung, die in den Niederlanden seit 1953 im Unterricht gelehrt wird. Unterschieden werden Frühstückscerealien wie folgt:

Frühstücksbreie wie Brinta und Bambix, die aus verschiedenen Getreidesorten hergestellt werden; Haferflocken, hergestellt aus geschnittenen und geschroteten Haferkörnern; Müsli, hergestellt aus gemischtem Getreide, ungesalzene Nüssen, Samen und ungesüßten Trockenfrüchten; Muesli, hergestellt aus geröstetem und gepufftem Getreide und oft mit Zusätzen wie Kokoschips und (gesüßten) Trockenfrüchten; Cornflakes, hergestellt aus Mais, manchmal gezuckert; Puffreisprodukte und Frühstückscerealien für Kinder, wie z. B. Chocopops und Honey Rounds, die aus ganzen Reiskörnern oder Weizenflocken hergestellt werden. Übliche Geschmacksrichtungen sind Honig und Schokolade.<sup>27</sup> Der niederländische Markt für Frühstückscerealien besteht aus dem Einzelhandelsverkauf von traditionellen Produkten, wie z. B. Haferflocken und Instantmischungen sowie verzehrfertige Produkte, wie Flocken, Müsli und Ready-to-eat Cerealien.

Getreideerzeugnisse sind mit etwa 180 Tsd. ha, was einem Anteil von 34 % der Ackerflächen entspricht, eine der häufigsten Ackerkulturen in den Niederlanden. In den letzten Jahren belief sich die Getreideerzeugung in den Niederlanden auf etwa 1,7 Mio. t, was weniger als 1 % der Erzeugung der EU-Mitgliedsstaaten entspricht. Die Rolle der Niederlande auf dem internationalen Getreidemarkt ist folglich von geringer Bedeutung.<sup>28</sup> Die Niederlande sind also von Lieferungen aus dem Ausland für die Produktion von Getreideprodukten wie Cerealien abhängig. Im Jahr 2020 exportierten die Niederlande Getreide im Wert von 680 Mio. USD und waren damit der 28. größte Getreideexporteur der Welt. Im Jahr 2020 importierten die Niederlande Getreide im Wert von 3,06 Mrd. USD und waren damit der zehntgrößte Getreideimporteur der Welt. Im selben Jahr war Getreide das 37. meistimportierte Produkt in den Niederlanden. Die Niederlande importieren Getreide hauptsächlich aus Frankreich (755 Mio. USD), Deutschland (591 Mio. USD), der Ukraine (520 Mio. USD), Belgien (206 Mio. USD) und Rumänien (114 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Importmärkte für Getreide für die Niederlande zwischen 2019 und 2020 sind Deutschland (207 Mio. USD), Polen (44,9 Mio. USD) und Indien (35,2 Mio. USD).<sup>29</sup>

<sup>27</sup> Ontbijtgranen, unter <https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/ontbijtgranen.aspx#blok10>, aufgerufen am 11.11.2022

<sup>28</sup> Agrimatie - informatie over de agrosector (2022): De graanketen in beeld, unter, <https://www.agrimatie.nl/ThemaResultaat.aspx?subpubID=2232&themaID=3577&indicatorID=3591&sectorID=3461>, aufgerufen am 11.11.2022

<sup>29</sup> OEC (2020): Cereals in the Netherlands, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/cereals/reporter/nld>, aufgerufen am 11.11.2022

## 7.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)

Produkte aus dem Bereich Cerealien fallen unter die HS-Warengruppe 1904. Der Handel von Cerealien wird unter der Warengruppe 19 „Zubereitung von Cerealien, Mehl, Speisestärke, Milch, Backwaren“ erfasst. Dabei wird die Subkategorie 1904 als Lebensmittel definiert, die „durch Aufblähen oder Rösten von Getreide oder Getreideerzeugnissen hergestellt (z. B. Cornflakes)“ werden, davon ausgenommen Mais und Reis; oder auch Lebensmittelzubereitungen „aus ungerösteten Getreideflocken oder aus Mischungen von ungerösteten und gerösteten Getreideflocken oder aus aufgeblähtem Getreide (z. B. Müsli)“. In der gesamten Warengruppe 19 werden darüber hinaus Brot, Kuchen, Kekse, sonstige Backwaren sowie aus Hartweizengrieß hergestellte Teigwaren registriert.

Die gesamten niederländischen Importe von Waren aus der Gruppe 1904 betragen im Jahr 2020 rund 240 Mio. USD. Die Güter kamen überwiegend aus Belgien (98,5 Mio. USD), Deutschland (61,3 Mio. USD), Großbritannien (21,5 Mio. USD), Polen (12,6 Mio. USD) und Frankreich (9,24 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Importmärkte waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Deutschland mit einem Wachstumsvolumen in Höhe von 6,48 Mio. USD, gefolgt von Österreich (3,59 Mio. USD) sowie Belgien (3,32 Mio. USD).

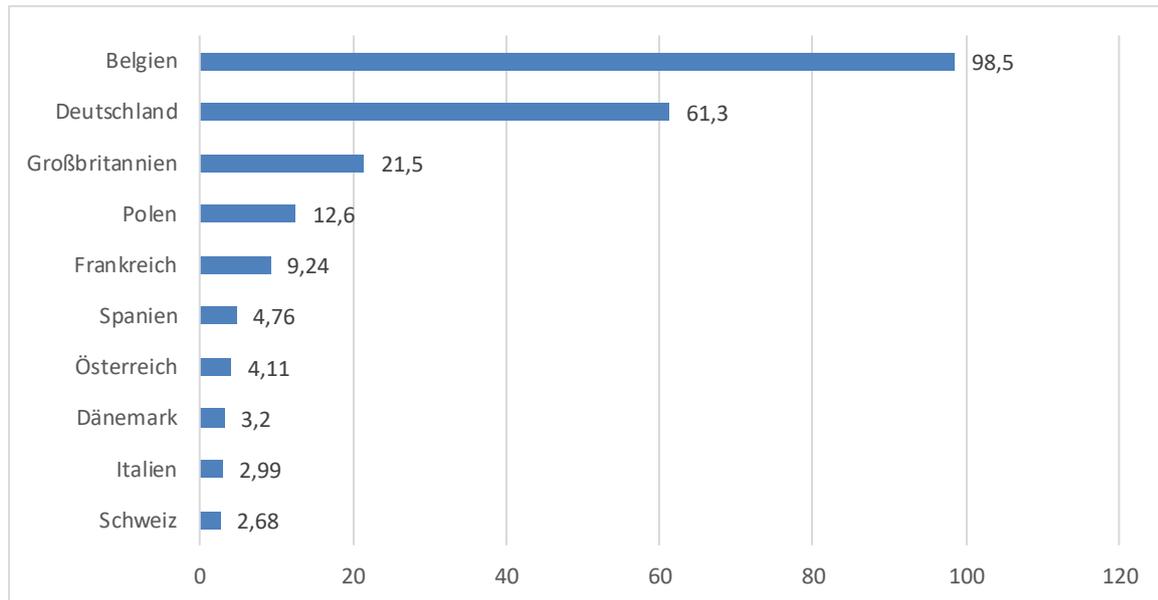


Abbildung 4: Niederländische Importe der HS-Warengruppe 1904 nach Herkunftsländern im Jahr 2020, in Mio. USD

Quelle: Eigene Darstellung nach OEC

Die Ausfuhren lagen bei rund 260 Mio. USD. Das wichtigste Exportland ist hier Deutschland mit Ausfuhren in Höhe von 64,9 Mio. USD, gefolgt von Belgien (60,4 Mio. USD), Frankreich (27,5 Mio. USD), Dänemark (13,6 Mio. USD) und Großbritannien (11,1 Mio. USD).

## 7. Die Cerealienindustrie

Die am schnellsten wachsenden Exportmärkte waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Deutschland mit einem Wachstumsvolumen in Höhe von 18,4 Mio. USD, gefolgt von Frankreich (5,79 Mio. USD) sowie Schweden (4,31 Mio. USD).<sup>30</sup>

### 7.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Die niederländische Cerealienindustrie wird von großen internationalen Marken dominiert. Vertreten sind bspw. Marken wie Kelloggs', dem US-amerikanischen Unternehmen Kellogg Company zugehörig, Quaker (vom US-amerikanischen Unternehmen PepsiCo), Eat Natural (vom italienischen Unternehmen Ferrero International S.A.) sowie Jordans (ebenfalls aus Großbritannien).

Die bekannteste niederländische Marke im Bereich Cerealien ist Brinta. Dieser Frühstücksbrei kam erstmals 1944 auf den Markt. Auch die niederländische Marke Bolletje, ursprünglich bekannt als Hersteller von Zwieback, hat inzwischen verschiedene Frühstückszerealien im Sortiment.

Seit einigen Jahren drängen jedoch neue Akteure in den Markt, insbesondere aufgrund einer großen Nachfrage nach Produkten mit Bio-Siegel oder Produkten, die als gesünder wahrgenommen werden. Beispiele hierfür sind die Marken Zonnatura und Smaakt.

### 7.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Der niederländische Markt für Frühstückszerealien, Müsli- und Energieriegel und Frühstücksartikel ist sehr kompetitiv und die Margen sind relativ klein. Der Markt wird primär von großen internationalen Lebensmittelkonzernen dominiert, die bereits eine große Produktpalette anbieten. In der Vergangenheit konnten sich v. a. die klassischen Frühstücksflocken durchsetzen, die niederländischen Verbraucher greifen jedoch vermehrt zu glutenfreien, biologischen Produkten sowie zuckerarmen oder -freien Müslis oder Granola. Für deutsche Hersteller dieser Produktgruppen bieten sich hier Anknüpfungspunkte. Produkte, die den Nachhaltigkeits- und den Gesundheitsaspekt in den Fokus nehmen, können bei entsprechend kompetitiven Preisen in den Niederlanden erfolgreich vermarktet werden.

---

<sup>30</sup> OEC World (2022): Prepared Cereals in Netherlands, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/prepared-cereals/reporter/nld>, aufgerufen am 05.11.2022.

## 8. Der Speiseeismarkt

### 8.1 Einführung in den Markt

In den Niederlanden wurden im Jahr 2020 über 126 Mio. l Eis produziert.<sup>31</sup> In diesem Jahr entsprach der Umsatz für Speiseeis verkauft in Supermärkten 394 Mio. EUR und lag damit 19 % über den Wert von 2019. Grund für dieses Wachstum ist u. a. der pandemiebedingte Lockdown in diesem Jahr.<sup>32</sup> Auch die Anzahl der Eisdiele ist in den Niederlanden in den letzten Jahren stark gestiegen. Im Jahr 2016 gab es nur ca. 800 Geschäfte, wohingegen 2021 schon mehr als 1 Tsd. Filialen gezählt wurden.<sup>33</sup> Pro Kopf lag der Konsum 2021 bei ca. 8,0 l Speiseeis. Im Jahr 2002 lag dieser noch bei 7,0 l Speiseeis.<sup>34</sup>

### 8.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)

Im Jahr 2020 exportierte die Niederlande Speiseeis im Wert von 342 Mio. USD, womit das Land weltweit der viertgrößte Exporteur dieser Produktgruppe war. Die wichtigsten Zielländer sind hier Großbritannien (85,8 Mio. USD), Deutschland (56,8 Mio. USD), Belgien (54,8 Mio. USD) und Frankreich (34,8 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Exportmärkte waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Deutschland mit einem Wachstumsvolumen in Höhe von 9,54 Mio. USD, gefolgt von Dänemark (4,93 Mio. USD) sowie Schweden (2,92 Mio. USD). Großbritanniens Importe von Speiseeis aus den Niederlanden waren seit 2019 rückläufig. In den Jahren zwischen 2019 und 2020 ist das Exportvolumen um knapp 5,8 % gesunken.<sup>35</sup>

<sup>31</sup> Eurostat (2022): Sold production, exports and imports, unter [https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK\\_DS-066341\\_QID\\_2BEAC5D6\\_UID\\_-3F171EB0&layout=PERIOD,LX,0;INDICATORS.CX,1;D ECLL,Y0;PRCCODE.EB,Z0;&zSelection=DS-066341PRCCODE,10521000;&rankName1=PRCCODE\\_1\\_0\\_-1\\_2&rankName2=PERIOD\\_1\\_0\\_0\\_0&rankName3=INDICATORS\\_1\\_2\\_1\\_0&rankName4=DECL\\_1\\_0\\_0\\_1&sortR=ASC\\_-1\\_FIRST&sortC=ASC\\_-1\\_FIRST&rStp=&cStp=&rDCh=&cDCh=&rDM=true&footnes=false&empty=false&wai=false&time\\_mode=ROLLING&time\\_most\\_recent=true&lang=EN&cfo=%23%23%23%2C%23%23%23.%23%23%23](https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?query=BOOKMARK_DS-066341_QID_2BEAC5D6_UID_-3F171EB0&layout=PERIOD,LX,0;INDICATORS.CX,1;D ECLL,Y0;PRCCODE.EB,Z0;&zSelection=DS-066341PRCCODE,10521000;&rankName1=PRCCODE_1_0_-1_2&rankName2=PERIOD_1_0_0_0&rankName3=INDICATORS_1_2_1_0&rankName4=DECL_1_0_0_1&sortR=ASC_-1_FIRST&sortC=ASC_-1_FIRST&rStp=&cStp=&rDCh=&cDCh=&rDM=true&footnes=false&empty=false&wai=false&time_mode=ROLLING&time_most_recent=true&lang=EN&cfo=%23%23%23%2C%23%23%23.%23%23%23), aufgerufen am 10.11.2022

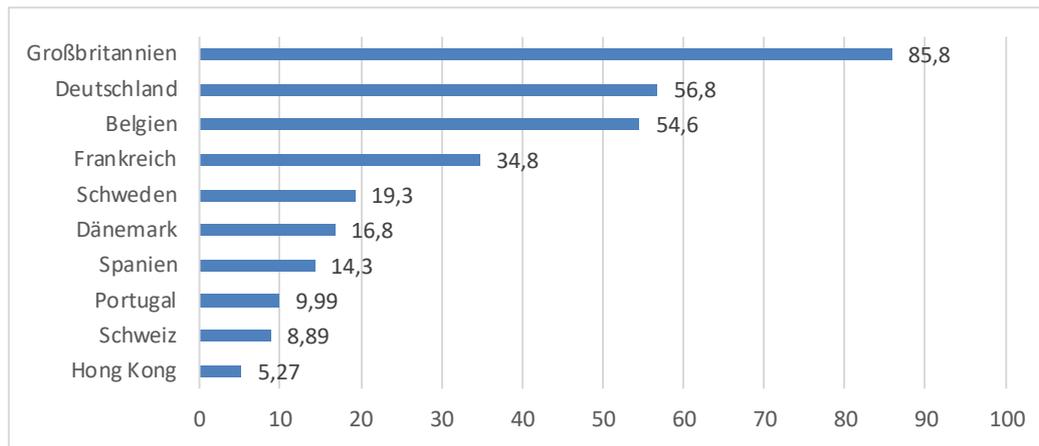
<sup>32</sup> Levensmiddelenkrant (2021): IJsspecial: 'Consumenten wil een restaurantervaring', unter <https://www.levensmiddelenkrant.nl/levensmiddelenkrant/nieuws/ijs-special-consumenten-wil-een-restaurantervaring>, aufgerufen am 12.11.2022

<sup>33</sup> NOS (2021): Flinke groei in het aantal ijsalons: teller nu op ruim duizend, unter <https://nos.nl/artikel/2374656-flinke-groei-in-het-aantal-ijsalons-teller-nu-op-ruim-duizend>, aufgerufen am 10.11.2022

<sup>34</sup> Frituurwereld (2022): IJsseizoen is begonnen: 6 trends en ontwikkelingen in ijsland, unter <https://www.frituurwereld.nl/2022/04/07/ijsseizoen-is-begonnen-6-trends-en-ontwikkelingen-in-ijsland/>, aufgerufen am 10.11.2022

<sup>35</sup> OEC (2022): Ice Cream in Netherlands, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/ice-cream/reporter/nld>, aufgerufen am 05.11.2022

## 8. Der Speiseeismarkt



**Abbildung 5: Niederländische Exporte der HS-Warengruppe 2105 nach Zielländern im Jahr 2020, in Mio. USD**

Quelle: Eigene Darstellung nach OEC

Im selben Zeitraum führte die Niederlande Speiseeis im Wert von 212 Mio. USD ein, wodurch der Status des viertgrößten Importeurs dieser Kategorie weltweit erreicht wurde. Zentrale Herkunftsländer waren Belgien (71,3 Mio. USD), Deutschland (53,8 Mio. USD), Großbritannien (21,1 Mio. USD), Frankreich (20,8 Mio. USD), gefolgt von Italien in Höhe von 14,5 Mio. USD. Im Produktsegment Speiseeis verzeichnet die Niederlande einen Handelsbilanzüberschuss von 130 Mio. USD.

### 8.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Klarer Marktführer der niederländischen Speiseeisindustrie ist das Unternehmen Unilever. Der Konzern hat mehrere Produktionsstätten, u. a. auch in den Niederlanden. Zu ihren Eismarken in den Niederlanden gehören Ola (mit z. B. Magnum, Cornetto und Raket), Ben & Jerry's, Breyers und Hertog. Auch andere internationale Hersteller, wie Nestlé und Mars, bieten Speiseeisprodukte auf dem niederländischen Markt an.<sup>36</sup>

Zudem gibt es verschiedene niederländische Speiseeishersteller, die für die Eigenmarken niederländischer Supermarktketten produzieren und zudem Produkte exportieren. Dedert IJs in Roermond ist Hersteller von Wasser- und Fruchteis und Spezialist auf diesem Gebiet in Europa.

<sup>36</sup> InfoNu.nl (2020): Bekende ijsproducenten: Nestlé, Unilever en anderen, unter <https://eten-en-drinken.infoNu.nl/producten/76588-bekende-ijsproducenten-nestle-unilever-en-anderen.html>, aufgerufen am 10.11.2022

## 8. Der Speiseeismarkt

Den Weg zum Verbraucher finden die Produkte vor allem über Einzelhändler (z. B. Albert Heijn, Jumbo, Tesco en Carrefour), die ihre Eigenmarke exklusiv bei Dedert IJs produzieren lassen oder über andere Eishersteller, die ihre Produktion teilweise auslagern wollen. Auch ihre eigene Marke wird weltweit vertrieben.<sup>37</sup> Weitere Hersteller, die auch Eigenmarken produzieren, sind u. a. De Jong's IJs<sup>38</sup> und De Ijsfabriek<sup>39</sup>.

Überdies sind verschiedene kleinere Hersteller von innovativen Speiseeisprodukten im Markt aktiv, die z. B. vegane und biologische Eissorten produzieren, wie Ice Cream Factory und Professor Grunschnabel.

### **8.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten**

Durch das Wachstum der Branche birgt dieser Markt für deutsche Hersteller großes Potenzial. Der saisonale Konsum von Speiseeis bringt allerdings auch eine dynamische Entwicklung mit sich, sodass während jeder Eissaison neue Varianten und Konzepte auf dem Markt zu finden sind. Hier gilt zügige und innovative Reaktion der deutschen Hersteller, um den Marktansprüchen gerecht zu werden.

Speiseeis mit besonderen Geschmacksrichtungen sowie fett- und zuckerreduzierte und milchfreie bzw. vegane Produkte wird immer beliebter, dennoch werden auch die traditionellen Eissorten (wie Vanille, Schokolade und Erdbeere) nach wie vor stark von den Verbrauchern nachgefragt und konsumiert. Die Nachfrage nach Speiseeis, das mit natürlichen und biologischen Zutaten hergestellt wird, ohne dabei Kompromisse bei Geschmack und Genuss einzugehen, wächst.

---

<sup>37</sup> Dedert IJs (2022), unter <https://www.dedertijs.nl/>, aufgerufen am 10.11.2022

<sup>38</sup> De Jong's IJs (2022), unter <https://dejongsijs.nl/>, aufgerufen am 10.11.2022

<sup>39</sup> De Ijsfabriek (2022), unter <http://www.deijsfabriek.nl/>, aufgerufen am 10.11.2022

## 9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt

Die Pro-Kopf-Ausgaben der niederländischen Verbraucher im Segment der Süßwaren und Knabberartikel liegen im Jahr 2020 bei rund 60,00 EUR. Vor allem Kekse und salzige Snacks sind bei den Niederländern beliebt. Es lassen sich diverse Verbrauchertrends feststellen, die Aufschluss über die Präferenzen der niederländischen Konsumenten geben und Schlussfolgerungen für deutsche Exporteure von Süßwaren und Knabberartikeln zulassen. Angetrieben von einem geschäftigen Lebensstil und der Digitalisierung verlangen die Verbraucher bspw. beim Kauf von Produkten zunehmend nach Bequemlichkeit und Personalisierung. Außerdem achten die Verbraucher zunehmend auf Aspekte wie Gesundheit und Nachhaltigkeit.

Fair gehandelte und nachhaltig produzierte Lebensmittel gewinnen für niederländische Konsumenten zunehmend an Bedeutung. Die Zukunft des Süßwarenmarktes in den Niederlanden sieht vielversprechend aus, mit Chancen in breitgefächerten und multinationalen Konsumgüterkonzernen. Die Auswertung der vorliegenden Daten zeigt, dass niederländischen Verbraucher gerne Süßwaren konsumieren. Der niederländische Verbraucher ist ein europäischer Verbraucher, für den generell ein für Europa typisches Konsumverhalten und entsprechende Verbraucherpräferenzen festgestellt werden.

Vor dem Hintergrund des gestiegenen Gesundheitsbewusstseins der niederländischen Verbraucher ist die Herstellung von Produkten mit einem reduzierten Zuckergehalt gefragt und bietet gute Markteintrittschancen. Glutenfreie Süßwaren werden ebenfalls immer beliebter und stellen einen interessanten Wachstumsfaktor für die Hersteller dar. Dennoch lässt das Kaufverhalten der Niederländer darauf schließen, dass nach wie vor der Geschmack der Produkte einen größeren Einfluss auf die Kaufentscheidung hat als die Empfindung einen gesunden Snack auszuwählen. Obwohl traditionelle und konservative Geschmacksrichtungen, bspw. bei Eissorten, eine beständige Nachfrage erfahren, kann auch mit neuen Geschmacksrichtungen Umsatz erzielt werden.

Die niederländische Wirtschaft ist derzeit geschwächt durch die Auswirkungen der globalen Covid-19-Pandemie. Auf den Konsum von Süßwaren und Knabberartikeln hat sich dies bislang allerdings nicht negativ ausgewirkt. Die Nachfrage in den einzelnen Produktkategorien war in den letzten Jahren stabil und es gab keine größeren Einbrüche. Auch wenn der Absatz primär über den stationären Handel erzielt wird, verzeichnet der niederländische Onlinehandel große Umsatzzanestiege. Der Markteintritt über E-Commerce-Plattformen kann sich für deutsche Exporteure als äußerst lukrativ erweisen.

## 9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt

Der niederländische Verbrauchermarkt, als Teil der Benelux-Staaten, ist durch wettbewerbsfähige Verarbeitungs- und Einzelhandelsindustrien gekennzeichnet, die für internationale Marken offen sind.

## 10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme

### 10.1 Zoll- und präferenzrechtliche Bestimmungen

Importeure sind für die Lebensmittelsicherheit ihrer Ware verantwortlich. Die zentrale Rechtsgrundlage im Lebensmittelrecht in den Niederlanden ist das Niederländische Lebensmittelgesetz. Die allgemeine EU-rechtliche Grundlage in der Lebensmittelindustrie ist die Verordnung (EG) Nr. 178/2002.<sup>40</sup>

Da die Niederlande, wie Deutschland, Mitglied der EU ist, fällt beim Handel zwischen den beiden Ländern keine Mehrwertsteuer an. Die Waren werden im Bestimmungsland besteuert. Gemäß dem Gemeinsamen Zolltarif der EU kommt für alle EU-Mitgliedstaaten derselbe Tarif zur Anwendung, nämlich der TARIC. Die ersten sechs Stellen beruhen auf dem Harmonisierten System. Nur die letzte der zwölf Stellen ist als Code für nationale Maßnahmen vorgesehen, die anderen Stellen stimmen in allen EU-Ländern überein.

### 10.2 Kennzeichnungsvorschriften

Wie Lebensmittel allgemein zu kennzeichnen sind, ist EU-weit einheitlich durch die Verordnung (EU) 1169/2011 geregelt. Der erste Schritt bei der Untersuchung der Kennzeichnungs-, Etikettierungs- und Verpackungsvorschriften, die für ein in die EU eingeführtes Produkt gelten könnten, besteht darin, zu unterscheiden, was verbindlich und was freiwillig ist. Entscheidungen im Zusammenhang mit obligatorischen Kennzeichnungs-, Etikettierungs- und/oder Verpackungsvorschriften können manchmal den einzelnen Mitgliedstaaten überlassen werden. Außerdem werden in einigen EU-Mitgliedstaaten freiwillige Kennzeichnungen und/oder Etiketten als Marketinginstrumente verwendet.

In den Niederlanden prüft das Niederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA), ob die Etiketten von Lebensmitteln die richtigen Informationen über deren sichere Verwendung enthalten. Das primäre Ziel dieser Kontrollen ist es, allergische Reaktionen bei den Konsumenten zu verhindern. Viele weitere Informationen finden Sie im Kennzeichnungshandbuch. Die NVWA gibt keine Ratschläge zu Einzelfragen. Dazu können sich die Unternehmen an ihren Branchenverband oder eine spezialisierte Beratungsfirma wenden.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> EUR Lex (2006): VERORDNUNG (EG) Nr. 178/2002 Des europäischen Parlaments und des Rates, unter <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSL:EG:2002R0178:20060428:DE:PDE>, aufgerufen am 14.10.2022

<sup>41</sup> NVW (2022): Etikettering van levensmiddelen, unter <https://www.nvwa.nl/onderwerpen/etikettering-van-levensmiddelen>, aufgerufen am 05.11.2022.

## 10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme

Folgende Angaben sind bspw. verpflichtend:

- Bezeichnung des Lebensmittels,
- Verzeichnis der Zutaten,
- Zutaten und Zusatzstoffe,
- Menge bestimmter Zutaten,
- Nettofüllmenge des Lebensmittels,
- Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum,
- gegebenenfalls besondere Anweisungen für Aufbewahrung und/oder Anweisungen für die Verwendung,
- Name oder Firma und Anschrift des Lebensmittelunternehmers,
- Ursprungsland oder Herkunftsort (falls dies für das bestimmte Lebensmittel vorgesehen ist),
- Gebrauchsanleitung (falls nötig),
- Nährwertangabe.<sup>42</sup>

### 10.3 Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Da Zucker einen Stellenwert als Rohstoff in der Süßwarenindustrie einnimmt, müssen auf EU Ebene strenge Vorgaben eingehalten werden. Die EU-rechtlichen Regularien für Zucker und die EU-Zuckerpolitik sind zu berücksichtigen. Die Rechtsgrundlage für Zucker umfasst auch Vorschriften über die gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse, Quoten, Einfuhren und Ausfuhren sowie andere geltende Vorschriften für den Zuckersektor. Hier gilt die EU-Grundverordnung 1308/2013. Darüber hinaus ist für den Import die Verordnung 2020/760 zur Kenntnis zu nehmen. Weitere Informationen zur rechtlichen Lage der Zuckerverordnung findet sich auf [www.agriculture.ec.europa.eu](http://www.agriculture.ec.europa.eu)

### 10.4 Weiterführende Informationen

Das Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) ist verantwortlich für die Gesundheitspolitik und die Sicherheit von Lebensmitteln nicht-tierischen Ursprungs und bereitet Gesetzentwürfe in diesem Bereich vor.<sup>43</sup> Der Geschäftsbereich des VWS umfasst Nahrungsergänzungsmittel, neuartige Lebensmittel, Mineralwasser, Trinkwasser, Pflanzenextrakte, Rückstände von Pflanzenschutzmitteln und Tierarzneimitteln sowie gentechnisch veränderte Organismen (GVO) im Bereich der Lebensmittel nicht-tierischen Ursprungs. Der Arbeitsbereich erstreckt sich über den Bereich der Lebensmittelsicherheit

---

<sup>42</sup> NVWA (2020): Handboek etikettering van levensmiddelen, unter <https://www.nvwa.nl/documenten/consument/eten-drinken-roken/etikettering/publicaties/handboek-etikettering-van-levensmiddelen>, aufgerufen am 05.11.2022

<sup>43</sup> VWS (2022): Ministeries, unter <https://www.rijksoverheid.nl/ministeries>, aufgerufen am 05.11.2022

## 10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme

hinaus auf Kosmetik und Bedarfsgegenstände.<sup>44</sup> Darüber hinaus führt das NVWA die Aufsicht über Unternehmen, die Produkte importieren und in den Handel bringen möchten.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> BFR EU-Almanach Lebensmittelsicherheit: Niederlande, unter <https://mobil.bfr.bund.de/cm/350/eu-almanach-lebensmittelsicherheit.pdf>, aufgerufen am 14.10.2022

<sup>45</sup> Ploum (2022): Lebensmittel- und Warenpraxis (NVWA), unter [https://ploum.nl/expertises/themas/german-d esk/lebensmittel-und-warenpraxis-nvwa](https://ploum.nl/expertises/themas/german-desk/lebensmittel-und-warenpraxis-nvwa), aufgerufen am 05.11.2022

## 11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland

Das nachfolgende Kapitel wurde von German Sweets e.V. erstellt und betrachtet die Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland in die Niederlande.

Mit Blick auf den Süßwarenumsatz weist Deutschland aufgrund seiner höheren Einwohnerzahl zwar ein viel größeres Marktvolumen auf, aber beim Vergleich des Süßwaren Pro-Kopf-Konsums punktet die Niederlande mit höheren Ausgaben.<sup>46</sup> Aus diesem Grund birgt der Süßwarenmarkt unseres Nachbarlandes ein nicht zu unterschätzender Absatzmarkt für deutsche Süßwaren. Die nachfolgenden Kapitel soll diesem Potential nachgehen und damit deutschen Unternehmen der Süßwarenbranche beim Markteinstieg als Hilfestellung dienen.

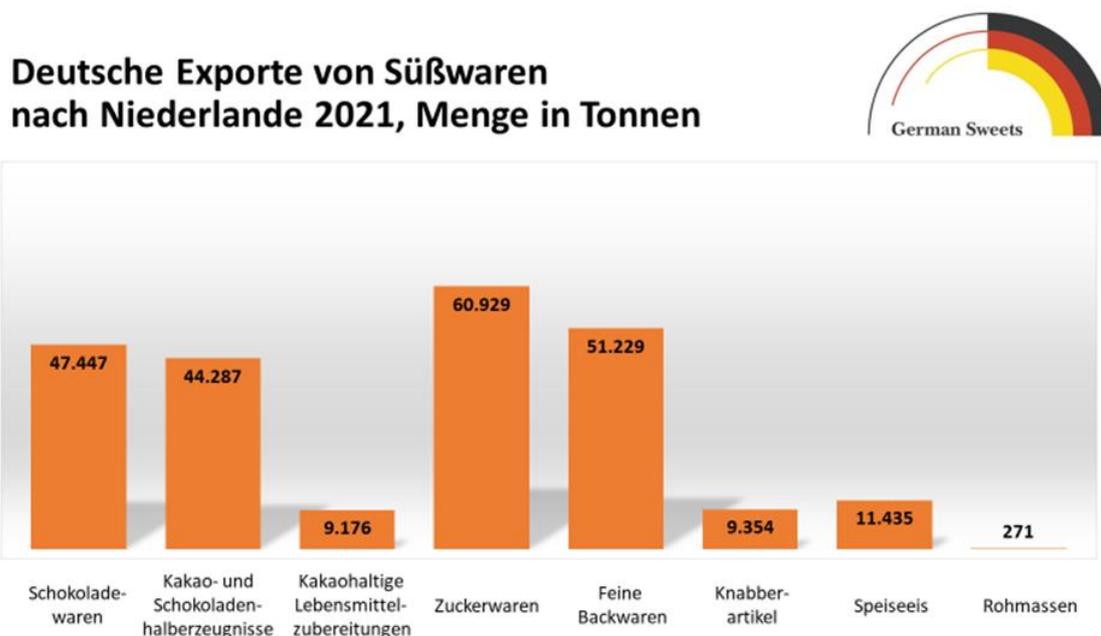


Abbildung 6: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Niederlande 2021, Menge in t

Quelle: BDSI auf Grundlage der Daten des Statistischen Bundesamtes

Im Jahr 2021 wurde ein Volumen von 234,1 Tsd. t Süßwaren mit einem Exportwert von 754,4 Mio. EUR in unser westliches Nachbarland geliefert. Besonders Zuckerwaren konnten sich zuletzt stark entwickeln. Die deutschen Ausfuhren wuchsen gegenüber dem Vorjahr um 47,3 % auf ein Volumen von 60,9 Tsd. t. Den höchsten Exportwert konnten Schokoladewaren verzeichnen. Mit einer wertmäßigen Steigerung von 11,2 %, wurde mit dem Export der zartschmelzenden Versuchung ein Wert von 256,7 Mio. EUR generiert. Insbesondere

<sup>46</sup> Global Data (2021): Chocolate (Confectionary) Market in Germany – Outlook to 2025; Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter <https://www.globaldata.com/store/report/germany-chocolate-market-analysis/>, aufgerufen am 06.09.2022

## 11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland

mengenmäßige Export-Einbußen mussten hingegen feine Backwaren (-2,5 %) sowie Speiseeis (-38,2 %) und Knabberartikel (-31,7 %) im Jahr 2021 hinnehmen.<sup>47</sup>

Mit Blick auf den Süßwarenkonsum der Niederländer sind vor allem die sinkenden Einfuhren der salzigen Knabberereien zu bedauern. Denn die Bewohner des Landes, welches weniger als ein Meter über dem Meeresspiegel liegt, greifen am liebsten bei Knabberartikeln zu.<sup>48</sup> Beim Besuch niederländischer Supermärkte fällt das große Sortiment dieser besonders ins Auge. Hier wären wieder steigende Einfuhren deutscher Produkte zukünftig wünschenswert.

### Deutsche Exporte von Süßwaren nach Niederlande 2021, Wert in Tsd. €

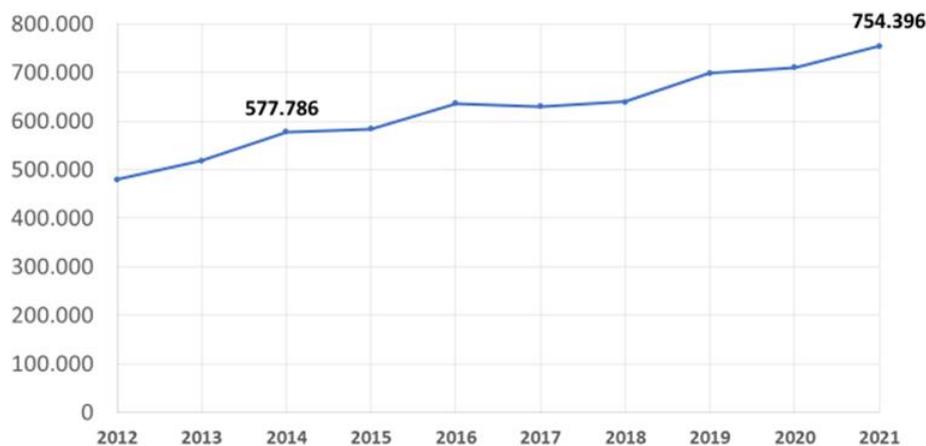


Abbildung 7: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Niederlande 2021, Wert in Tsd. EUR

Quelle: BDSI auf Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes

Zu den wichtigsten Handelspartnern der Niederlande zählen vor allem Belgien und Deutschland. Insbesondere bei den Gebäck-Einfuhren spielen beide Länder die wichtigste Rolle. Aber auch bei allen anderen Süßwarengruppen haben sich deutsche Süßwaren bereits erfolgreich in den Supermarktregalen etablieren können.<sup>49</sup>

<sup>47</sup> BDSI nach den Zahlen des statistischen Bundesamtes (2022): Ausfuhr von Süßwaren gesamt 2021, unter [https://www.bdsi.de/fileadmin/redaktion/Grafik/Statistik/Ausfuhr\\_S%C3%BC%C3%9Fwaren\\_2021\\_TB.jpg](https://www.bdsi.de/fileadmin/redaktion/Grafik/Statistik/Ausfuhr_S%C3%BC%C3%9Fwaren_2021_TB.jpg), aufgerufen am 01.12.2022

<sup>48</sup> Global Data (2021): Chocolate (Confectionary) Market in Germany – Outlook to 2025; Market Size, Growth and Forecast Analytics, unter <https://www.globaldata.com/store/report/germany-chocolate-market-analysis/>, aufgerufen am 06.09.2022

<sup>49</sup> UN Comtrade (2022): Snack Imports Netherlands, unter <https://comtrade.un.org/data/>, aufgerufen am 01.12.2022

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

### 12.1 Fachmessen

<b>Sweet &amp; Candy Fair</b>	
Adresse / Website	Hanzeweg 40 7418 AT Deventer <a href="http://www.sweetandcandy.com">www.sweetandcandy.com</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@sweetandcandy.com">info@sweetandcandy.com</a> Tel.: +31 570 608040 Fax: +31 570 608044
Profil	Die Süßwarenmesse Sweet & Candy Fair organisiert von Sweet & Candy Distribution wird einmal im Jahr organisiert. Diese findet traditionell Anfang März statt. Auf der Messe werden mindestens 25 Hersteller und Importeure ihre eigenen Produkte direkt den Einkäufern präsentieren. Besucher finden vor Ort eine Produktpräsentation von rund 1,5 Tsd. Produkten und 50 verschiedenen Marken.
Termin	Voraussichtlich März 2023

<b>Vakbeurs Bakkersvak &amp; IJs-Vak</b>	
Adresse / Website	Franklinweg 2 4207 HZ Gorinchem <a href="http://www.bakkersvak.nl">www.bakkersvak.nl</a>
Kontakt	Allgemein Tel.: +31 183 680 680  Frau Corine Visser, Head of Event E-Mail: <a href="mailto:corine.visser@easyfairs.com">corine.visser@easyfairs.com</a> Tel.: +31 183 680 622
Profil	Vakbeurs Bakkersvak & IJs-Vak ist seit Jahren die Inspirationsquelle für (Konditorei-)Bäcker, Eismacher, Chocolatiers und Pâtisseries. Die Besucher erhalten einen Einblick in die Zukunft des Handwerks. Neben einem sehr breiten Produkt- und Dienstleistungsangebot der Aussteller erwartet die Besucher ein Vortragsprogramm und mehrere Fachwettbewerbe.
Termin	05. – 07. März 2023

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Vakbeurs Foodspecialiteiten</b>	
Adresse / Website	Blekerijlaan 1 3447 GR Woerden <a href="http://www.vakbeursfoodspecialiteiten.nl">www.vakbeursfoodspecialiteiten.nl</a>
Kontakt	Herr Rick Brantenaar E-Mail: <a href="mailto:info@foodspecialiteiten.nl">info@foodspecialiteiten.nl</a> Tel.: +31 348 419 771 Fax: +31 348 421 801
Profil	Seit 30 Jahren findet die Messe Vakbeurs Foodspecialiteiten statt. Ursprünglich wurde sie für Käseladenbesitzer organisiert, aber im Laufe der Zeit hat sie sich zu einer Messe für alle Lebensmittelspezialitäten entwickelt.
Termin	02. – 03. Oktober 2023

## 12.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

<b>Algemene Kokswaren en Snackproducenten Vereniging (AKSV)</b>	
Adresse / Website	Louis Braillelaan 80 2719 EK Zoetermeer <a href="http://www.aksv.nl">www.aksv.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@aksv.nl">info@aksv.nl</a> Tel.: +31 79-3634919
Profil	Der Algemene Kokswaren en Snackproducenten Vereniging (AKSV) ist der Fachverband der Hersteller von Fertiggerichten, wie Kroketten, Frikandellen, orientalischen Snacks, Salaten, Sandwiches, Pizzen und Fertiggerichten. Auf der Webseite sind alle Mitgliedsfirmen zu finden.

<b>Vereniging voor de Bakkerij- en Zoetwarenindustrie (VBZ)</b>	
Adresse / Website	Dagelijkjes Groenmarkt 3 – 5 2513 AL Den Haag <a href="http://www.vbz.nl">www.vbz.nl</a>
Kontakt	Allgemein E-Mail: <a href="mailto:vbz@vbz.nl">vbz@vbz.nl</a> Tel.: +31 70 355 47 00  Herr Theo Heere, Präsident E-Mail: <a href="mailto:theo@vbz.nl">theo@vbz.nl</a> Tel.: +31 613499469
Profil	Der Vereniging voor de Bakkerij- en Zoetwarenindustrie (VBZ) ist der niederländische Fachverband für Unternehmen aus den Bereichen Kekse, Süßwaren, Schokolade, Salzgebäck und Nüsse. Sie vertritt die Interessen von über 100 Unternehmen in diesem Sektor. VBZ-Mitglieder stehen zusammen für mehr als 90 % des niederländischen Gesamtumsatzes von 4 Mrd. EUR.

### 12.3 Lebensmitteleinzelhandel

<b>Albert Heijn</b>	
Adresse / Website	Provincialeweg 11 1506 MA Zaandam <a href="http://www.ah.nl">www.ah.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@ah.nl">info@ah.nl</a> Tel.: +31 800 0305
Umsatz	19,8 Mrd. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	100 Tsd.
Profil	Albert Heijn ist ein Supermarktunternehmen aus den Niederlanden, das zur globalen Ahold Delhaize-Gruppe gehört. Der Ursprung dieser Kette geht auf das Jahr 1887 zurück, als Albert Heijn ein Lebensmittelgeschäft in Oostzaan kaufte. Heute verfügt Albert Heijn über insgesamt etwa 895 niederländische Supermärkte, die höchste Anzahl an Verkaufsstellen aller Lebensmittelketten in den Niederlanden. Bei Albert Heijn haben die Kunden eine große Auswahl an Premium-Marken und Eigenmarken, darunter die Eigenmarken Albert Heijn, AH Excellent, AH Biologisch und Prijsfavorieten. Die Geschäfte werden von zwei nationalen und vier regionalen Vertriebszentren aus beliefert.

<b>Aldi Holding</b>	
Adresse / Website	Pascalweg 15 4104 BE Culemborg <a href="http://www.aldi.nl">www.aldi.nl</a>
Kontakt	Tel.: +31 345 478 781
Umsatz	2,5 Mrd. EUR (2018)
Profil	Die Aldi Holding hat ihren niederländischen Hauptsitz in Culemborg. Die 504 niederländischen Filialen sind in neun eigenständige Handelsgesellschaften in Best, Bleiswijk, Culemborg, Drachten, Groenlo, Ommen, Roermond, Roosendaal und Zaandam aufgeteilt. Der Einkauf findet zentral in Culemborg statt.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Jumbo Groep</b>	
Adresse / Website	Rijksweg 15 5462 CE Veghel <a href="http://www.jumbo.com">www.jumbo.com</a>
Kontakt	Tel.: +31 413 380200
Umsatz	9,9 Mrd. EUR (2021)
Profil	Jumbo Groep ist eine niederländische Supermarktkette, die zur Royal Jumbo Food Group gehört, deren Anteile sich vollständig im Besitz der Stichting Administratiekantoor Van Eerd Groep Holding befinden. Mit einem Marktanteil von 22 % ist sie nach Albert Heijn die zweitgrößte Supermarktkette in den Niederlanden. Heute verfügt Jumbo über insgesamt etwa 705 niederländische Supermärkte.

<b>Lidl Nederland</b>	
Adresse / Website	Havenstraat 71 1271 AD Huizen <a href="http://www.lidl.nl">www.lidl.nl</a>
Kontakt	Tel.: +31 20 709 5039
Profil	Lidl Nederland ist eine im unteren Preissegment angesiedelte Lebensmittelkette mit 404 Filialen in den Niederlanden.

<b>Coöperatieve Inkoop Vereniging Superunie (Superunie)</b>	
Adresse / Website	Industrieweg 22 B 4153 BW Beesd Website: <a href="http://www.superunie.nl">www.superunie.nl</a>
Kontakt	Tel.: +31 345 68 66 66
Profil	Coöperatieve Inkoop Vereniging Superunie (Superunie) ist eine niederländische Großhandels-Einkaufsgenossenschaft von 14 Supermarktunternehmen (einschließlich Markenlizenz-Franchises). Insgesamt beliefert Superunie etwa 1800 Geschäfte. Superunie hat in den Niederlanden einen Marktanteil von etwa 30 %. Zu den Mitgliedern zählen Plus, Boni, Boon Food Group, Coop, Poiesz Supermarkten, Jan Linders, Nettorama, Dekamarkt, Sligro Food Group, Hoogvliet, Vomar, Spar und Dirk.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Boni-Markten</b>	
Adresse / Website	Edisonstraat 2 3861 NE Nijkerk <a href="http://www.bonisupermarkt.nl">www.bonisupermarkt.nl</a>
Kontakt	Tel. +31 33 247 3131
Profil	Boni-Markten wurde 1972 von Herrn Klaassen gegründet und ist ursprünglich ein Familienunternehmen. Der Name Boni stammt von dem Wort Bonus, das vom lateinischen Wort „Bonie“ abgeleitet ist, was so viel wie des Guten bedeutet. Boni ist ein Supermarktunternehmen, das derzeit 51 Filialen betreibt. Boni-Markten ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

<b>Boon Food Group</b>	
Adresse / Website	Saffier 300 3316 LN Dordrecht <a href="http://www.boonfoodgroup.nl">www.boonfoodgroup.nl</a>
Kontakt	Tel.: +31 88 555 0700 E-Mail: <a href="mailto:boon@boonfoodgroup.nl">boon@boonfoodgroup.nl</a>
Profil	Die Boon Food Group ist ein Familienunternehmen, das seit mehr als 130 Jahren besteht. Von ihrem Hauptsitz und Distributionszentrum in Dordrecht aus beliefern sie Supermärkte mit Lebensmitteln und frischen Produkten. Die Boon Food Group betreibt 3 Supermarktketten: MCD Supermarkt, Boon's Markt und Boon's Pitstop. Boon Food Group ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

<b>Coop Supermarkten</b>	
Adresse / Website	Markweg 8 6883 JM Velp <a href="http://www.coop.nl">www.coop.nl</a>
Profil	Coop Supermarkten betreibt in den Niederlanden mehr als 300 Supermarktfilialen. Zudem betreibt das Unternehmen einen Onlinehandel für Lebensmittel. Coop ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie. Das Unternehmen wurde 1891 als Genossenschaft in Zaandam gegründet. Im September 2021 wurde eine Fusion mit PLUS angekündigt, die am 3. Januar 2022 vollzogen wurde. Bis 2025 sollen alle Coop-Supermärkte zu Plus-Supermärkte umgebaut werden.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Detailresult Groep (DRG)</b>	
Adresse / Website	Olieweg 6 1951 NH Velsen-Noord <a href="http://www.detailresult.nl">www.detailresult.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:vrAGEN@detailresult.nl">vrAGEN@detailresult.nl</a> Tel.: +31 88 3136000
Profil	Die Detailresult Groep (DRG) besteht aus ca. 186 Filialen in den Niederlanden, hierzu gehören die Filialen der Supermarktketten DekaMarkt und Dirk van den Broek. Die Filialen werden unterstützt durch Detailresult Logistiek, Produktionsbetriebe (Fleischerei und Bäckerei), Detailresult Services (ICT, Administration, HR und Baubüro) und Handel. Ebenfalls angeschlossen sind Gartenzentren, Spirituosengeschäfte und Drogerien. Das Unternehmen hatte im Jahr 2015 einen Marktanteil von 3,8 %. Detailresult Groep NV ist der Einkaufsorganisation C.I.V. Superunie B.A. angeschlossen. DRG ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

<b>Hoogvliet</b>	
Adresse / Website	Facetlaan 6 2665 NR Bleiswijk <a href="http://www.hoogvliet.com">www.hoogvliet.com</a>
Kontakt	Tel.: +31 88 457 1000
Profil	Das Unternehmen Hoogvliet betreibt 66 Filialen in den Provinzen Gelderland, Noord-Holland, Utrecht und Zuid-Holland. Geschäfte der Supermarktkette verfügen mit durchschnittlich 1.320 m <sup>2</sup> über eine recht große Verkaufsfläche. Hoogvliet ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Jan Linders</b>	
Adresse / Website	De Flammert 1211 5854 NC Bergen <a href="http://www.janlinders.nl">www.janlinders.nl</a>
Kontakt	Tel.: +31 485 349911
Umsatz	512 Mio. EUR (2021)
Profil	2015 hatte Jan Linders einen Marktanteil von 1,1 %. Das Unternehmen betreibt etwa 60 Filialen in den Provinzen Gelderland, Limburg und Noord-Brabant. Jan Linders ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

<b>Nettorama</b>	
Adresse / Website	Wilhelminakanaal Zuid 120 4903 RA Oosterhout <a href="http://www.nettorama.nl">www.nettorama.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@nettorama.nl">info@nettorama.nl</a> Tel.: +31 162 455950 Fax: +31 162 456520
Umsatz	350 Mio. EUR (2021)
Profil	Der Marktanteil von Nettorama beträgt 1,42 %. Das Unternehmen betreibt 31 Filialen in den Provinzen Drenthe, Gelderland, Limburg, Noord-Brabant, Overijssel, Utrecht und Zuid-Holland. Nettorama ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

<b>PLUS</b>	
Adresse / Website	Archimedeslaan 21 3584 BA Utrecht <a href="http://www.plus.nl">www.plus.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:consumentenservice@plus.nl">consumentenservice@plus.nl</a> Tel.: +31 88 344 6000 Fax: +31 30 220 20 74
Profil	PLUS betreibt mehr als 550 Supermärkte. Die Geschichte des Unternehmens startet mit der Gründung von Sperwer in 1928 und kennt ein starkes Wachstum mit verschiedenen Übernahmen und Fusionen, die letzte Fusion mit Coop in 2022. PLUS ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Poiesz Supermarkten</b>	
Adresse / Website	Edisonstraat 3 8606 JH Sneek Website: <a href="http://www.poiesz-supermarkten.nl">www.poiesz-supermarkten.nl</a>
Kontakt	Tel.: +31 515 428800
Umsatz	425,8 Mio. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	4,8 Tsd.
Profil	Poiesz Supermarkten ist ein Familienunternehmen mit 69 Filialen. Das Unternehmen wurde 1929 in Sneek gegründet. 2021 betrug der Marktanteil von Poiesz 1 %. Poiesz ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

<b>Sligro Food Group</b>	
Adresse / Website	Korridor 11 5466 RB Veghel <a href="http://www.sligrofoodgroup.nl">www.sligrofoodgroup.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@sligrofoodgroup.nl">info@sligrofoodgroup.nl</a> Tel.: +31 413 34 35 00
Umsatz	1,9 Mrd. EUR (2021)
Profil	Die Sligro Food Group wurde 1935 gegründet und umfasst verschiedene Foodservice-Unternehmen in Belgien und den Niederlanden, die im Lebensmittelgroßhandel aktiv sind. Sligro ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie, aber hat auch eigene Einkäufer.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>SPAR</b>	
Adresse / Website	Zijlweg 18 5145 NR Waalwijk <a href="http://www.spar.nl">www.spar.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:servicebureau@despar.nl">servicebureau@despar.nl</a> Tel.: +31 884 457777
Umsatz	828,7 Mio. EUR (2021)
Mitarbeiteranzahl	360 (Zentrale und Distributionszentrum in den Niederlanden)
Profil	SPAR wurde 1932 gegründet und ist international mit 13.000 Märkten in 48 Ländern vertreten. In den Niederlanden gibt es über 450 selbständige SPAR-Supermärkte. PLUS Holding B.V. und die Sligro Food Group halten jeweils 45 % der Anteile an der SPAR Holding B.V. Die übrigen 10 % liegen in den Händen der SPAR-Unternehmer. 2016 betrug der Marktanteil in den Niederlanden 1,6 %. SPAR ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

<b>Vomar Voordeelmarkt</b>	
Adresse / Website	Opaalstraat 15 1812 RH Alkmaar <a href="http://www.vomar.nl">www.vomar.nl</a>
Kontakt	Tel.: +31 72 750 2200
Mitarbeiterzahl	10 Tsd.
Profil	Vomar Voordeelmarkt wurde 1968 gegründet und ist ein Familienunternehmen. Mit 95 Geschäften in den Provinzen Noord-Holland, Zuid-Holland, Flevoland und Utrecht ist Vomar seit Jahren einer der am schnellsten wachsenden Supermärkte in den Niederlanden. Die Hauptverwaltung und das Vertriebszentrum befinden sich in Alkmaar. Vomar hat auch eine eigene Bäckerei und Metzgerei in Alkmaar. Vomar ist Mitglied der Einkaufsorganisation Superunie.

## 12.4 Importeure/Hersteller

<b>BIP Holland</b>	
Adresse / Website	Princenhagelaan 13 4813 DA Breda <a href="http://www.bip.nl">www.bip.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@bip.nl">info@bip.nl</a> Tel.: +31 76 767 66 00 Fax: +31 76 767 66 50
Profil	BIP wurde 1987 gegründet und kombiniert erfolgreich innovative gesunde Snacks, Süßigkeiten und Schokoladenneuheiten. Das Unternehmen ist Erfinder, Hersteller und Distributor in einem. Der Hauptsitz von BIP befindet sich in den Niederlanden, mit zusätzlichen Vertriebs- und Logistikbüros in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Spanien, Polen und der Tschechischen Republik. Darüber hinaus arbeitet BIP mit Vertriebspartnern in vielen anderen europäischen Ländern zusammen.

<b>Borgesius Bakkerijen BV</b>	
Adresse / Website	Amersfoortseweg 22 3751 LK Bunschoten <a href="http://www.borgesius.nl">www.borgesius.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@borgesius.nl">info@borgesius.nl</a> Tel: +31 332992400
Profil	Die Bäckerei Borgesius BV ist ein Familienunternehmen, das seit 125 Jahren existiert. Sie beliefern über ihre 9 Bäckereien in den Niederlanden täglich mehr als 900 Geschäfte mit 190 Lastwagen. Täglich liefert das Unternehmen durchschnittlich 800 Tsd. Backwaren an Supermärkte. Die Bäckerei in Aalsmeer ist eine der größten in Europa.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Brinkers Food</b>	
Adresse / Website	Marssteden 58 7547 TD Enschede <a href="http://www.brinkers.com">www.brinkers.com</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@brinkers.com">info@brinkers.com</a> Tel.: +31 53 428 27 25
Profil	Brinkers Food wurde 1889 gegründet und ist ein Familienunternehmen. Das Unternehmen ist Hersteller von Schokoladenaufstrichen für verschiedene Marken und Eigenmarken, die in über 60 Ländern weltweit vertrieben werden.

<b>Cloetta Holland</b>	
Adresse / Website	Hoevestein 26 4903 SC Oosterhout <a href="http://www.cloetta.com/en/markets-and-brands/cloettas-main-markets/the-netherlands/">www.cloetta.com/en/markets-and-brands/cloettas-main-markets/the-netherlands/</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:consumentenservice@cloetta.nl">consumentenservice@cloetta.nl</a> Tel.: +31 162 485 485 Fax: +31 162 485 562
Mitarbeiterzahl	500
Profil	Cloetta Holland gehört zum schwedischen Cloetta AB und ist der zweitgrößte Akteur auf dem gesamten niederländischen Süßwarenmarkt, was auf die starke Position in den Segmenten Bonbons, Lakritz, Kaugummi und Schokoladenspezialitäten zurückzuführen ist. Führende Marken in den Niederlanden sind Red Band, Venco, Sportlife, Xylifresh und King. Cloetta kann auf eine lange Tradition in den Niederlanden zurückblicken, die bis ins Jahr 1878 zurückreicht, als in Amsterdam das Lakritzunternehmen Venco gegründet wurde.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Copar</b>	
Adresse / Website	Elftweg 6 4941 VP Raamsdonksveer <a href="http://www.copar.nl">www.copar.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:contact@copar.nl">contact@copar.nl</a> Tel.: +31 162 576 376
Profil	Copar ist seit über 60 Jahren im Verkauf, Marketing und Vertrieb von Süßwaren tätig und genießt das Vertrauen von namhaften nationalen und internationalen Kunden und Lieferanten. Die Philosophie, die hinter dem Erfolg von Copar steht, ist es, durch eine klare Fokussierung auf eine Kategorie Umsatzwachstum und Markenwert für seine Markeninhaber zu erzielen.

<b>Ice Cream Factory</b>	
Adresse / Website	Kempkens 1000 5465 PR Veghel <a href="http://www.icecreamfactory.nl">www.icecreamfactory.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@icecreamfactory.nl">info@icecreamfactory.nl</a> Tel.: +31 413 256700
Profil	Ice Cream Factory bietet eine breite Palette von Bio-Eis an. Das Eis wird aus biologischen Zutaten hergestellt, 100 % rein und natürlich und ohne künstliche Zusatzstoffe. Das Sortiment besteht aus Speiseeis, Sojaeis, Wassereis und veganem Speiseeis.

<b>Koninklijke De Ruijter</b>	
Adresse / Website	Gustav Mahlerlaan 1228 1081 LA Amsterdam <a href="http://www.deruijter.nl">www.deruijter.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:consumentenservice@deruijter.nl">consumentenservice@deruijter.nl</a> Tel.: +31 20 280 8000 Fax: +31 20 280 8001
Profil	Koninklijke De Ruijter wurde 1860 gegründet und ist vor allem für ihre Schokoladenstreusel und Anisstreusel bekannt. Diese werden als Brotbelag verwendet.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Perfetti Van Melle Benelux</b>	
Adresse / Website	Zoete Inval 20 4815 HK Breda <a href="http://www.perfettivanmelle.nl">www.perfettivanmelle.nl</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:nld.info@perfettivanmelle.com">nld.info@perfettivanmelle.com</a> Tel.: + 31 76 527 5000
Umsatz	275 Mio. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	739
Profil	Perfetti Van Melle Benelux gehört zum Konzern Perfetti Van Melle Group und ist ein multinationaler Süßwaren- und Kaugummihersteller, der 2001 aus der Fusion der italienischen Perfetti und der niederländischen Van Melle hervorging. Der Lakritzhersteller Klene, sowie der Süßwarenhersteller Look-o-Look gehören zum Unternehmen. Weitere bekannte Marken sind u. a. Mentos, Smit, Fruittella und Chupa Chups.

<b>Royal Avebe</b>	
Adresse / Website	Prins Hendrikplein 20 9641 GK Veendam <a href="http://www.avebe.com">www.avebe.com</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@avebe.com">info@avebe.com</a> Tel.: +31 598 66 91 11 Fax: +31 598 66 43 68
Profil	Royal Avebe ist ein weltweit tätiges Unternehmen, das Produkte auf der Basis von Kartoffelstärke und Kartoffeleiweiß für Anwendungen in den Bereichen Lebensmittel, Tierfutter, Papier, Bau, Textilien und Klebstoffe anbietet. Das Unternehmen stellt u. a. auch Snacks und Backwaren her.

## 12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

<b>Van Vliet</b>	
Adresse / Website	Gouwelandenlaan 11 2408 ZG Alphen aan den Rijn <a href="http://www.van-vliet.com">www.van-vliet.com</a>
Kontakt	E-Mail: <a href="mailto:info@van-vliet.com">info@van-vliet.com</a> Tel.: +31 172 20 00 22
Profil	Van Vliet wurde im Jahr 1974 gegründet. Das Unternehmen ist vor allem für seine Süßigkeiten aus Lakritz bekannt. Neben der Hauptzentrale in Alphen aan de Rijn, verfügt das Unternehmen über eine Niederlassung in Düsseldorf und zwei Produktionsstandorte in Hoogezand und Winschoten. Die fünf Eigenmarken des Unternehmens sind Kindly's, Kindly's Home Baking, De Bron, Meenk, The Marshmallow Company und Your Brand.

<b>Venz</b>	
Adresse / Website	Gustav Mahlerlaan 1228 1081 LA Amsterdam <a href="http://www.venz.nl">www.venz.nl</a>
Kontakt	Tel.: +31 20 280 8000 Fax: +31 20 280 8001
Profil	Venz ist eine niederländische Marke, die vor allem für ihre Schokoladenstreusel und ähnliche Produkte bekannt ist.

## 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

November 2022

## UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

## BILDNACHWEIS

railwayfx/stock.adobe.com

## TEXT

enviacon international  
eine Marke der enviacon GmbH  
Schlossstr. 26  
12163 Berlin  
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion  
Alba Elena Scheffler  
Cansu Acar  
Jessica Hensgens

## DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon international 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 enviacon international und zweitens die Förderung durch das BMEL gestattet.

Das BMEL 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.instagram.com/Lebensministerium)

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