



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Spanien

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

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Tabellenverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Executive Summary	7
2. Einleitung	8
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick	9
3.1 Länderkurzinformationen	9
3.2 Wirtschaftslage und Aussichten	9
3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion	10
4. Die Süßwarenindustrie	12
4.1 Einführung in den Markt	12
4.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)	13
4.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	14
4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	15
5. Die Knabberartikelindustrie	16
5.1 Einführung in den Markt	16
5.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)	17
5.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	17
5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	18
6. Die Backwarenindustrie	19
6.1 Einführung in den Markt	19
6.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)	19
6.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	21
6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	22
7. Die Cerealienindustrie	23
7.1 Einführung in den Markt	23
7.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)	23
7.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	25
7.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	25
8. Der Speiseeismarkt	26
8.1 Einführung in den Markt	26
8.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)	27

8.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	29
8.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	29
9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt	30
10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme	31
10.1 Zoll- und präferenzrechtliche Bestimmungen	31
10.2 Kennzeichnungsvorschriften	31
10.3 Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren	32
10.4 Weiterführende Informationen	32
11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland	34
12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten	36
12.1 Fachmessen	36
12.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen	37
12.3 Lebensmitteleinzelhandel	42
12.4 Importeure/Hersteller	45

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Zusammenfassende Daten des Knabberartikelsektors 2021	17
--	----

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bruttoinlandsprodukt (2020 - 2023).....	10
Abbildung 2: Hauptlieferländer von Backwaren	20
Abbildung 3: Hauptlieferländer von Backwaren nach Absatz 2021, in Mio. EUR.....	21
Abbildung 4: Jahresumsatz von Frühstückscerealien und Müsli (in Mio. EUR).....	24
Abbildung 5: Exportzielländer für Speiseeis 2022.....	28
Abbildung 6: Importländer von Speiseeis 2022	28
Abbildung 7: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Spanien 2021, Wert in Tsd. EUR.....	34
Abbildung 8: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Spanien 2021, Menge in t	35
Abbildung 9: Einfuhren von Feine Backwaren nach Spanien 2021, in Mio. USD	35

Abkürzungsverzeichnis

ASEMAC	Spanischer Verband der Bäckerei-, Konditorei- und Confiserieindustrie (Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería)
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
bspw.	beispielsweise
EU	Europäische Union
EUR	Euro
kg	Kilogramm
l	Liter
MAPA	Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación)
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
RGSEAA	Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos
t	Tonne
Tsd.	Tausend
u. a.	unter anderem
USD	US-Dollar
z. B.	zum Beispiel

1. Executive Summary

Der spanische Markt für Süßwaren und Knabberartikel leistet einen wichtigen Beitrag zur Beschäftigung, Innovation und Entwicklung der Exporte. Die Süßwarenindustrie wird besonders von den Exporten angetrieben, die verstärkt international ausgerichtet werden. Gleichzeitig durchläuft der Sektor einen entscheidenden Wandel in Richtung Digitalisierung und Nachhaltigkeit, um neue Herausforderungen in Bezug auf den Klimawandel und die Anpassung an neue Verbrauchertrends zu bewältigen, wie bspw. den steigenden Konsum von gesunden Snacks. Die spanischen Technologiezentren sind weltweit führend in bestimmten Bereichen wie der Entwicklung neuer Inhaltsstoffe, neuer hochwertiger Proteinquellen, der Verbesserung der Nährwertigenschaften oder der Präzisionslandwirtschaft.

Deutsche Produkte kommen auf dem spanischen Markt gut an und es besteht eine hohe Nachfrage. Die Unternehmensstruktur des spanischen Süßwarenssektors wird von einer mehrheitlichen Präsenz von kleinen und mittleren Unternehmen charakterisiert. Darunter sind zahlreiche Familienunternehmen zu finden, aber auch Tochtergesellschaften großer multinationaler Konzerne, die die wichtigsten Positionen auf dem Markt einnehmen.

Es bestehen einige Hindernisse für das Wachstum des Sektors. Zum einen kündigte das spanische Verbraucherministerium 2021 an, die an Kinder gerichtete Werbung für Süßigkeiten und Snacks zu verbieten. Die Maßnahme ist Teil einer Verordnung, die darauf abzielt, Kinder unter 16 Jahren besser vor ungesunder Nahrung zu schützen. Zum anderen führt der im Februar 2022 ausgebrochene Krieg zwischen Russland und der Ukraine zu Lieferschwierigkeiten von Rohstoffen und Preiserhöhungen besonders in der Cerealienindustrie.

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie „Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Spanien“ wurde im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft im Oktober 2022 von enviacon international im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt.

Schwerpunkt der Marktstudie ist die Darstellung von Abnehmeradressen und Kontakten im B2B-Bereich, um deutschen Produzenten und Exporteuren Potenziale und Chancen eines Markteinstiegs aufzuzeigen. Insbesondere sind die Einkaufskontakte lebensmittelverarbeitender Hersteller aus Industrie und Handwerk sowie Importeure der Ware im Zielland aufgeführt. Auch Fachmessen sind aufgelistet.

Nach einem kurzen Überblick über die gesamtwirtschaftliche Lage Spaniens in Kapitel drei (Länderkurzinformationen, Wirtschaftslage und Aussichten, Zentren der Lebensmittelproduktion) werden in Kapitel vier bis acht zentrale Marktdaten über die Süßwaren-, Knabberartikel-, Backwaren-, Cerealien- und Speiseeisindustrie genau dargestellt. Darüber hinaus greift das Kapitel neun Chancen deutscher Lieferanten insgesamt auf. Kapitel zehn beleuchtet wesentliche rechtliche Grundlagen, z. B. erforderliche Dokumente und Nachweise, Deklarationen, Labelling, Prüfungen, Warenauszeichnung und Zollprozeduren. Die Exporte von Süßwaren und Knabberartikeln aus Deutschland nach Spanien werden im darauffolgenden Kapitel elf betrachtet. In Kapitel zwölf werden Kontakte der verarbeitenden Industrie und wichtige Hersteller, Importeure und Großhändler, wichtige Verbände, Institutionen, öffentliche Einrichtungen sowie Fachmessen mit detaillierten Kontaktinformationen aufgeführt, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformationen

Das Königreich Spanien (Reino de España) ist eine parlamentarische Erbmonarchie. Mit dem Ende der Franco-Diktatur 1975 und der 1978 in Kraft getretenen Verfassung hat sich das Land als demokratischer Rechtsstaat konstituiert. Staatsoberhaupt des Landes ist seit 2014 König Felipe VI., der Spanien bei wichtigen Anlässen vertritt. Der amtierende Ministerpräsident ist Pedro Sánchez, Vorsitzender der sozialistischen Arbeiterpartei (Partido Socialista Obrero Español).

Spanien liegt auf der Iberischen Halbinsel an der Atlantik- und Mittelmeerküste und setzt sich aus dem Festland, den Balearen im Mittelmeer und den Kanarischen Inseln im Atlantik sowie kleineren Teilen in Marokko, Nordafrika aus den Städten Ceuta und Melilla zusammen. Im Jahr 2021 zählte das Land rund 47,4 Mio. Einwohner auf einer Gesamtfläche von 505 Tsd. km². Spanien untergliedert sich in 17 autonome Gemeinschaften (Comunidades Autónomas) und zwei autonome Städte (Ciudades Autónomas), Ceuta und Melilla. Die Hauptstadt und größte Metropole ist Madrid, weitere Ballungszentren sind Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao, Zaragoza und Málaga.

Spanien ist seit 1955 Mitglied der Vereinten Nationen und seit 1986 Mitglied der Europäischen Union (EU) und gehört zur Eurozone.¹

3.2 Wirtschaftslage und Aussichten

Spanien war 2020 das von den wirtschaftlichen Folgen der Corona-Pandemie am stärksten betroffene Mitglied der EU. Das spanische Statistikamt INE (Instituto Nacional de Estadística) errechnete einen Einbruch des Bruttoinlandsproduktes (BIP) um real 10,8 %. Eine Trendwende zeichnet sich ab, jedoch langsamer als zunächst erwartet. Für das Jahr 2022 sollen vor allem Ausrüstungsinvestitionen (15 %) sowie Importe (11,9 %) und Exporte (12,1 %) von Waren und Dienstleistungen kräftig zulegen.

¹ Auswärtiges Amt (2022): Spanien, unter <https://www.auswaertiges-amt.de/de/aussenpolitik/laender/spanien-node>, aufgerufen am 11.10.2022

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Bruttoinlandsprodukt

Veränderung in %, real

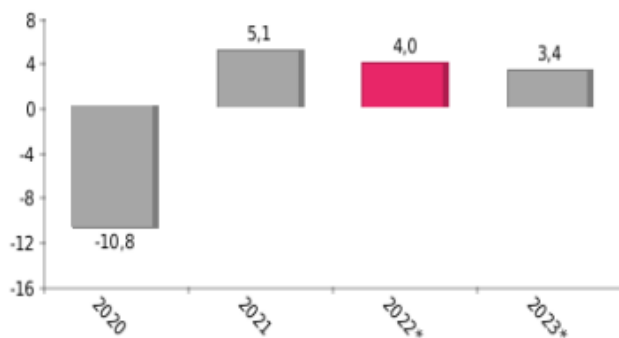


Abbildung 1: Bruttoinlandsprodukt (2020 - 2023)

Quelle: GTAI Wirtschaftsdaten Kompakt – Spanien, 2022

Die Verbraucherpreise steigen weiterhin steil an. Nach einer Zunahme um 4 % im September 2021 legten sie im Oktober um 5,4 % gegenüber dem Vorjahresmonat zu. Einen derart hohen Wert hatte es in den 29 Jahren davor nicht gegeben. Der Großteil der Steigerungen geht auf die Energiepreise zurück. Strom, Kraft- und Brennstoffe waren die entscheidenden Treiber für die Inflationsentwicklung. Zudem stellte Algerien Ende Oktober 2021 die Belieferung mit Gas über die Mittelmeer-Pipeline ein. Die spanische Regierung hatte sich im Konflikt um die Westsahara zwischen Algerien und Marokko auf die Seite Marokkos gestellt, für eine autonome Provinz vorwiegend unter marokkanischer Verwaltung. Darauf hat Algerien mit Konsequenzen für den Handel reagiert. Der spanische Erdgasbedarf soll nun stärker durch Schiffsladungen gedeckt werden.

Im Juni 2021 bestätigte die EU den spanischen Wiederaufbauplan mit rund 140 Mrd. Euro (EUR) für ein nachhaltigeres und digitaleres Spanien. Bis 2026 erhält Spanien 69,5 Mrd. EUR Zuschüsse und überholt damit knapp Italien als größtes Empfängerland.²

3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion

Die spanische Agrar- und Ernährungsindustrie ist mit einem Umsatz von über 139 Mrd. EUR (2,7 % des BIP) und fast 450 Tsd. Arbeitsplätzen der wichtigste Sektor der verarbeitenden Industrie des Landes.

² GTAI (2021): Wirtschaftliche Trendwende mit Risiken, unter <https://www.gtai.de/de/trade/spanien/specials/wirtschaftliche-trendwende-mit-risiken-234604>, aufgerufen am 19.09.2022

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Spanien ist die viertgrößte Landwirtschafts- und Nahrungsmittelmacht in Europa und die zehntgrößte in der Welt. Dank der Qualität seiner Produkte und seiner umfangreichen Speisekammer genießt der spanische Agrar- und Ernährungssektor auf den internationalen Märkten großes Ansehen.

Während der Corona-Pandemie hat die spanische Lebensmittelindustrie ihre Widerstandsfähigkeit unter Beweis und die Versorgung innerhalb und außerhalb des Landes sichergestellt; auch dank effizienter logistischer und infrastruktureller Strukturen, die einen Zusammenbruch der Versorgungsketten verhindert und sogar zu einer Steigerung der Exporte geführt haben. Die Dynamik der spanischen Agrar- und Lebensmittelexporte, die seit zwölf Jahren ununterbrochen einen Überschuss aufweisen und fast 20 % der Gesamtexporte des Landes ausmachen, machen die Branche zum viertgrößten Exporteur dieser Produkte in Europa und zum siebtgrößten weltweit. Gegenwärtig exportieren mehr als 30 Tsd. Unternehmen des Sektors Lebensmittel und Getränke aus Spanien, was die Internationalisierung zu einem der Grundpfeiler ihrer Stärke und ihres Wachstums macht.

Im Falle Spaniens sind Lebensmittel, Tourismus und Gastronomie besonders relevant, sie bilden ein Ökosystem, das einen hohen Konsum garantiert und das Prestige der Marke des Landes steigert, indem es das landwirtschaftliche Lebensmittelprodukt zu einem wesentlichen Bestandteil seiner Kultur und Tradition macht.

Neben dieser Tradition durchläuft der Sektor einen entscheidenden Wandel in Richtung Digitalisierung und Nachhaltigkeit, um neue Herausforderungen in Bezug auf den Klimawandel und die Anpassung an neue Verbrauchertrends zu bewältigen. Die spanischen Technologiezentren sind weltweit führend in bestimmten Bereichen wie der Entwicklung neuer Inhaltsstoffe, neuer hochwertiger Proteinquellen, der Verbesserung der Nährwerteigenschaften oder der Präzisionslandwirtschaft. In den letzten Jahren hat sich Spanien zu einer der wenigen „Foodtech“-Nationen entwickelt, die ein unternehmerisches Ökosystem entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Agrar- und Ernährungswirtschaft aufbauen.³

³ ICEX (2022): Industria agroalimentaria, unter <https://www.investinspain.org/es/sectores/industria-agroalimentaria>, aufgerufen am 07.10.2022

4. Die Süßwarenindustrie

4.1 Einführung in den Markt

Die spanische Süßwarenindustrie hat im Jahr 2021 ihren Umsatz um 2 % gesteigert und damit die 6 Mrd. EUR Grenze überschritten, trotz der Ungewissheit im Jahr 2020 und des Umsatzrückgangs auf dem Inlandsmarkt, so die Daten des Jahresberichts 2021 des spanischen Süßwarenverbands Produlce.⁴

Der Generalsekretär von Produlce, Rubén Moreno, zeigte sich zufrieden mit den Ergebnissen nach einigen durch die Corona-Pandemie erschwerten Jahren. „Das Wachstum von 2 % zeigt, dass der Sektor in der Lage war, mit der Unsicherheit des Jahres 2021 fertig zu werden. Wir haben bewiesen, dass wir eine starke Industrie mit einer großen Anpassungsfähigkeit sind, die in der Lage war, den Weg des Aufschwungs zu beschreiten, vor allem bei den Exporten, die im Jahr 2020 um etwas mehr als 4 % zurückgegangen waren“, sagte er.⁵

Im Jahr 2021 beschäftigte der Süßwarenssektor fast 25 Tsd. Menschen, was 5,5 % der Gesamtbeschäftigung der spanischen Lebensmittelindustrie ausmacht. Acht von zehn Unternehmen aus der Süßwarenindustrie sind in Kleinstädten und ländlichen Gebieten angesiedelt. Über 85 % dieser Unternehmen produzieren u. a. Süßwaren für die Weihnachtszeit. Hervorzuheben sind dabei die Neueinstellungen in der Kategorie Nougat und Marzipan mit einem Plus von 17,1 % sowie in der Kategorie Bonbons und Kaugummis, die ebenfalls um 6,5 % gewachsen ist. Auch die Anzahl der unbefristeten Arbeitsverträge ist stärker angestiegen (3,6 % gegenüber 3,3 % der befristeten Arbeitsverträge). Somit liegt der durchschnittliche Anteil der unbefristeten Arbeitsverträge im Süßwarenssektor bei 76 %.⁶

Schokolade und Kakaoerzeugnisse sind in spanischen Haushalten die meistkonsumierten Süßwaren. Im Durchschnitt werden etwa 5,7 kg Kakao und Schokolade pro Jahr verzehrt, was 32 % des gesamten Süßwarenssektors entspricht. Und obwohl Spanien weit unter dem europäischen Durchschnitt liegt, erreicht der Umsatz nach Angaben von Produlce 1,6 Mrd. EUR (27,2 % des gesamten Süßwarenssektors).⁷

⁴ Produlce (2021): Cacao y chocolate; caramelos y chicles; galletas; pastelería, bollería y panificación; y turrónes y mazapanes, unter <https://produlce.com/filemanager/source/informes/20220727%20informe%20anual%20produlce%202021.pdf>, aufgerufen am 12.10.2022

⁵ Europapress (2022): La industria española del dulce eleva sus ventas un 2% en 2021 y registra récord histórico de exportaciones, unter www.europapress.es/, aufgerufen am 12.10.2022

⁶ Produlce (2021): Cacao y chocolate; caramelos y chicles; galletas; pastelería, bollería y panificación; y turrónes y mazapanes, unter <https://produlce.com/filemanager/source/informes/20220727%20informe%20anual%20produlce%202021.pdf>, aufgerufen am 12.10.2022

⁷ Food Retail (2022): El chocolate, primera categoría del dulce en España con ventas de más de 1.630 millones, unter www.foodretail.es/, aufgerufen am 10.10.2022

4.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Im Jahr 2021 sind die Süßwarenexporte um 18,3 % gestiegen und haben mit einem Umsatz von 1,7 Mrd. EUR einen neuen Rekord erreicht, was einer Steigerung von 13,7 % gegenüber den Rekorden vor der Corona-Pandemie (2019) entspricht. Hinsichtlich der Menge exportierte Spanien 2021 über 600 Tsd. t Süßwaren. Auch in der Handelsbilanz wurden mit 556 Mio. EUR 30 % mehr als im Jahr 2020 ein neuer Rekord erzielt.

Bei den Zielmärkten steht Europa mit einem Umsatz von fast 1,1 Mrd. EUR erneut an der Spitze des Wachstums mit Frankreich (230 Mio. EUR) und Portugal (189 Mio. EUR) als die wichtigsten Bestimmungsländer und einem allgemeinen Anstieg von 17,3 %, obwohl der europäische Anteil am geografischen Marktmix leicht zurückgeht (von 69,8 % auf 69,2 % der Gesamtexporte), was auf die Diversifizierungsstrategie zurückzuführen ist, die der Sektor seit Jahren verstärkt und in der sich Märkte wie die USA und Marokko jedes Jahr stärker etablieren.

Auch die Einfuhren sind 2021 um 15,31 % auf ca. 1 Mrd. EUR gestiegen. Somit ermöglicht der Beitrag der Einfuhren, das Jahr mit einem fast unveränderten Verbrauch im Vergleich zu 2020 abzuschließen (-0,22 %).⁸

Mit einem Umsatz von 120 Mio. EUR bleibt Deutschland Spaniens Hauptimportquelle in der Kategorie Schokolade und Kakao. Dicht dahinter liegt Italien mit einem Umsatz von 108,7 Mio. EUR und mit einer Wachstumsrate von 15,9 %. Frankreich fiel 2020 auf den dritten Platz zurück mit einem Verlust von 6,5 % seines Umsatzes. Belgien, die Niederlande und Polen hingegen festigen die nächsten Plätze mit außerordentlichen Wachstumsraten von 32,6 %, 59,6 % und 80,8 %.⁹

Werbeverbot für Süßwaren in Spanien

Im Oktober 2021 kündigte das spanische Verbraucherministerium an, die an Kinder gerichtete Werbung für Süßigkeiten, Speiseeis und andere von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) als schädlich eingestufte zucker- und fettreiche Produkte zu verbieten. Die Maßnahme ist Teil einer Verordnung, die darauf abzielt, Kinder unter 16 Jahren besser zu schützen und so weit wie möglich von ungesunden Lebensmitteln und Getränken fernzuhalten, da Spanien auf Platz vier in Europa bei Kinderfettleibigkeit hinter Malta, Kroatien und Italien liegt. Aus diesem Grund soll künftig alle an Kinder und

⁸ Europapress (2022): La industria española del dulce eleva sus ventas un 2% en 2021 y registra récord histórico de exportaciones, unter www.europapress.es/, aufgerufen am 12.10.2022

⁹ Produlce (2021): Cacao y chocolate; caramelos y chicles; galletas; pastelería, bollería y panificación; y turrónes y mazapanes, unter <https://produlce.com/filemanager/source/informes/20220727%20informe%20anual%20produlce%202021.pdf>, aufgerufen am 12.10.2022

4. Die Süßwarenindustrie

Jugendliche gerichtete Werbung für Schokolade, Gebäck, Süßigkeiten, Kekse und Desserts, Eiscreme, Säfte sowie Energiedrinks und -riegel bis Ende 2022 im TV; auf Websites, sozialen Netzwerken, mobilen Apps, im Kino und in Printmedien verboten werden.¹⁰

Derartige Regulierungen der Lebensmittelbranche gibt es bereits unter anderem in Ländern wie Norwegen, Portugal und dem Großbritannien. In Deutschland hatte die Werbewirtschaft bereits Verhaltensregeln bezüglich Süßwaren geändert und die Altersgrenze für bestehende Vorgaben von 12 auf 14 Jahre angehoben. Werbung für Kinder unter 14 Jahren darf demnach unter anderem keine direkten Aufforderungen zum Kauf oder Konsum enthalten.¹¹

4.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Die Unternehmensstruktur des Süßwarenssektors wird von einer mehrheitlichen Präsenz von kleinen und mittleren Unternehmen charakterisiert. Darunter sind zahlreiche Familienunternehmen zu finden, deren Tätigkeit sich ausschließlich auf ein Geschäftsfeld konzentriert. Andererseits gibt es auch Tochtergesellschaften großer multinationaler Konzerne, die die wichtigsten Positionen auf dem Markt einnehmen¹².

Nestlé España S.A. führte die nationale Rangliste der Unternehmen im Bereich der Kakaoderivate mit einem Umsatz von mehr als 2,2 Mrd. EUR im Jahr 2020 an. Zu den Produkten von Nestlé gehören u. a. Frühstückscerealien, Kaffee und Tee, Süßwaren, Milchprodukte, Eiscreme, Tiefkühlkost, Tiernahrung und Snacks. 29 Nestlé-Marken erzielen einen Jahresumsatz von mehr als 1 Mrd. US-Dollar (USD), darunter Nespresso, Nescafé, Kit Kat, Smarties, Nesquik, Stouffer's, Vittel und Maggi.

Mondelez España und Natra S.A. belegten den zweiten bzw. dritten Platz in der Rangliste. Zu Mondelez gehören globale und lokale Marken wie Oreo, belVita und LU-Kekse, Cadbury Dairy Milk, Milka und Toblerone-Schokolade, Sour Patch Kids-Süßigkeiten sowie Trident-Kaugummi. Der valencianische multinationale Konzern Natra S.A. produziert und vertreibt Schokoladenprodukte wie Schokoladentafeln, Pralinen, Brotaufstriche sowie Schokoriegel und bietet Kakaozutaten wie Kakaobutter, Kakaopulver und Kuvertüre an.

¹⁰ France24 (2021): España prohibirá la publicidad de dulces dirigida a niños, unter www.france24.com/es, aufgerufen am 12.10.2022

¹¹ Ruhr24 (2021): Land verbietet Süßigkeiten-Werbung - Unternehmer „überrascht und empört“, unter www.ruhr24.de/, aufgerufen am 13.10.2022

¹² Empresa Actual (2019): El mercado de golosinas continúa muy concentrado, unter <https://www.empresaactual.com/estudio-dbk-sector-golosinas/>, aufgerufen am 15.10.2022

4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Die deutsche Süßwarenindustrie ist eine bedeutende Branche der deutschen Ernährungswirtschaft. Sie sichert durch einen hohen Veredelungsgrad der vor allem in Deutschland und in der EU erzeugten Agrarrohstoffe die Wertschöpfungskette von der europäischen Landwirtschaft bis hin zum europäischen Verbraucher. Zudem ist die Branche im ländlichen Raum verankert und schafft dort attraktive Arbeitsplätze.

Prägend für die Branche sind hoch innovative Unternehmen, die häufig durch Inhaberfamilien geführt werden und mitteständisch ausgerichtet sind. Die deutsche Süßwarenindustrie nimmt mit einem Anteil von etwa 10 % am Umsatz der deutschen Ernährungsindustrie in dieser Branche einen führenden Rang ein. Die deutschen Unternehmen gehen mit Flexibilität und Innovationsgeist an die Herausforderungen des Exports heran. Es empfiehlt sich, sich stets den lokalen Gegebenheiten, Trends und Geschmacksvorlieben Spaniens anzupassen.¹³

¹³ BDSI (2022): Wirtschaftliche Bedeutung der deutschen Süßwarenindustrie, unter <https://www.bdsi.de/verband/positionen/wirtschaftspolitik/suesswarenindustrie-als-bedeutender-wirtschaftsfaktor/>, aufgerufen am 13.10.2022

5. Die Knabberartikelindustrie

5.1 Einführung in den Markt

Der Markt für Knabberartikel in Spanien ist einer der dynamischsten in der Lebensmittelindustrie. Dank der Innovation und des Know-hows des Sektors ist er in den letzten fünf Jahren beständig gewachsen. Während der Corona-Pandemie hat der Konsum von Snacks deutlich zugenommen. Bei der Frage nach den Motiven, die für die eine oder andere Wahl ausschlaggebend sind, zeigt sich, dass der Geschmack das Hauptmotiv ist (70 %), gefolgt von der Qualität (42 %), dem Vertrauen (25 %) und dem Preis. Ein weiteres wichtiges Motiv ist die Gesundheit, was von 59 % der Verbraucher angegeben wird.

Snacks werden in Spanien zum Vergnügen konsumiert. Der „Snack-Moment“ wird als ein Moment der Freizeit und der Unterhaltung u. a. mit Familienmitgliedern oder mit Freunden geteilt. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Snackprodukten liegt bei 6,43 kg/Person pro Jahr. Der Sektor beschäftigt rund 20 Tsd. Menschen und ist in etwa 500 Unternehmen gegliedert, darunter große multinationale Unternehmen und kleine Familienbetriebe, von denen viele lokal tätig sind.¹⁴

Was die am meisten konsumierten Produktkategorien betrifft, so stehen Nüsse und Trockenfrüchte an erster Stelle. Es folgen Kartoffelchips, Samen und Popcorn. Unter den Nüssen gehören Pistazien, Walnüsse und Mandeln zu den am meist konsumierten Nüssen, gefolgt von Erdnüssen, Haselnüssen und Cashewnüssen.

Die Verteilung des Gesamtmarktes nach Produktfamilien wird wie folgt geschätzt:

- Nüsse: 43,5 %.
- Kartoffelchips: 33 %.
- Andere Snacks: 23,5 %.

Innovation ist auch weiterhin ein wichtiger Aspekt beim Verzehr von Snackprodukten: 62 % der Verbraucher geben an, dass sie gerne neue Produkte aus diesem Bereich ausprobieren. Was den üblichen Einkaufsort betrifft, so geben 96 % der Verbraucher an, dass sie Snacks im Supermarkt als Teil ihres üblichen Warenkorb kaufen. Trotz der während der Corona-Pandemie aufgetretenen Bewegungseinschränkungen spielt der Impulskanal weiterhin eine große Rolle: Die Snacks werden zu 13,7 % in Nachbarschaftsläden, zu 10,5 % in Kiosken, zu 6,7 % in Fachgeschäften und zu 1,5 % in Tankstellen eingekauft.¹⁵

¹⁴ Asociación de Snacks (2022): Datos del sector, unter <https://www.asociacionsnacks.es/el-sector/>, aufgerufen am 13.10.2022

¹⁵ Asociación de Snacks (2022): El consumo de snacks en España se realiza por placery en compañía, unter <http://www.asociacionsnacks.es/el-consumo-de-snacks-en-espana-se-realiza-por-placer-y-en-compania/>, aufgerufen am 10.10.2022

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

Der Umsatz auf dem spanischen Markt stieg 2021 um 4 %. Nachdem die Nachfrage nach Nüssen und Knabberartikeln im Jahr 2020 aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie zurückgegangen war, entwickelte sie sich im Jahr 2021 dank der teilweisen Erholung der Aktivität im HoReCa-Handel (Hotel, Restaurant, Catering) und im Impulskanal sowie der anhaltenden Konsumdynamik der privaten Haushalte wieder positiv. Somit lag der Marktwert bei rund 2,7 Mrd. EUR, was ein Wachstum von +4,3 % im Vergleich zu 2021 darstellt.

Der größte Teil des Umsatzes entfiel mit 1,1 Mrd. EUR (+4,3 %) auf das Segment Nüsse und Trockenfrüchte, das 41 % des Gesamtmarktes ausmachte. Der Snackmarkt wuchs um 5,3 % auf 890 Mio. EUR, während der Markt für Kartoffelchips um ca. 3 % auf über 700 Mio. EUR anstieg.

Tabelle 1: Zusammenfassende Daten des Knabberartikelsektors 2021

Produktgruppe	Marktwert (in Mio. EUR)	Wachstumsrate (%)
Trockenfrüchte	1.100	+4,3
Snacks	890	+5,3
Kartoffelchips	705	+2,9

Quelle: eigene Darstellung nach DBK Estudio Sectores: Frutos Secos y Snacks (2022)

Was den Außenhandel mit Schalenfrüchten und Trockenfrüchten betrifft, so verzeichneten die Ausfuhren nach dem Rückgang im Jahr 2020 wertmäßig eine positive Entwicklung von +6,2 %. Der Wert der Einfuhren hingegen setzte 2021 den 2020 begonnenen Abwärtstrend fort. Der Wert der Verkäufe ist im Jahr 2022 weiter gestiegen, was auf den Aufwärtstrend der Preise angesichts der steigenden Beschaffungskosten zurückzuführen ist.¹⁶

5.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Mit einem Umsatz von rund 330 Mio. EUR führte Frito Lay im Jahr 2020 die spanische Rangliste der Unternehmen an, die im Bereich Kartoffelchips und Snacks tätig sind. Frito Lay ist eine US-amerikanische Tochtergesellschaft von PepsiCo, die Mais-Chips, Kartoffelchips und andere Snacks herstellt, vermarktet und verkauft. Zu den wichtigsten Snackmarken, die unter dem Namen Frito Lay hergestellt werden, gehören Fritos Mais-Chips, Cheetos, Doritos und Tostitos, Lay's und Ruffles, Gold Rold sowie Walkers.

¹⁶ DBK (2022): Estudio Sectores de DBK Frutos Secos y Snacks, unter <https://www.dbk.es/es/estudios/15382/summary>, aufgerufen am 13.10.2022

5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Snacks sind Teil der regelmäßigen Einkaufsliste spanischer Verbraucher und werden regelmäßig konsumiert. Obwohl viele Verbraucher sich nach wie vor für kalorienreichere, verarbeitete Produkte und Produkte mit hohem Salz- und Zuckergehalt entscheiden, steigt der Konsum von gesunden Snacks, wie z. B. aus frischem Gemüse und Obst oder verpackten Meeresfrüchten sowie von hybriden Kategorien wie Nüssen, Wurstwaren und Müsliriegeln.

Dieses neue Verbraucherprofil hat zum Aufkommen innovativer Snacks geführt, wie z. B. gluten- oder laktosefreie Snacks, Snacks auf der Basis von Superfood, Veggie-Varianten und Snacks aus tierischem Eiweiß, wie z. B. Rindfleischstreifen oder Fischsnacks. Für deutsche Hersteller ist es daher wichtig zu beachten, dass sich das Konzept der Zwischenmahlzeiten parallel zum Aufkommen des Trends zu gesunder Ernährung und zur Herausbildung eines neuen Verbraucherprofils verändert und viele neue Möglichkeiten eröffnet.¹⁷

¹⁷ Europapress (2020): Los españoles consumen una media de 3,5 snacks al día y crece la categoría saludable, unter www.europapress.es/, aufgerufen am 13.10.2022

6. Die Backwarenindustrie

6.1 Einführung in den Markt

Nach den neuesten Daten der Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC), dem spanischen Verband der Bäckerei-, Konditorei- und Confiserieindustrie, erreichte die Backwarenproduktion in Spanien im Jahr 2021 ein Volumen von rund 187 Tsd. kg. Dies entspricht einer Veränderung von +21,4 % im Vergleich zu 2020. Was den Umsatz betrifft, so verzeichnete der Bäckerei- und Konditoreisektor rund 521 Tsd. EUR, was einen Anstieg von +24,4 % gegenüber 2020 bedeutet.¹⁸

Die Kategorie Kekse sichert ihre Position 2021 als zweitgrößter Umsatzträger des Süßwarenssektors mit 1,4 Mrd. EUR (22,9 % des Umsatzes) und einem Produktionsvolumen von 487 Tsd. t. Die Entwicklung des Inlandsmarkts zeigt eine Verringerung der Verkaufswerte um 7,3 % und einen Anstieg der Produktion um 0,8 %.

Die Exporte sind der Wachstumsmotor der spanischen Süßwarenindustrie. Im Jahr 2021 stiegen die Keksexporte zweistellig (+15,4 % im Wert und +12,2 % im Volumen) und machten Kekse zur zweitwichtigsten Exportkategorie, noch vor Kakao und Schokolade. Mit Exporten im Wert von 443,3 Mio. EUR setzt die Kategorie ein Drittel des Gesamtwerts auf ausländischen Märkten um, wo sie etwa die Hälfte ihres Produktionsvolumens platziert. Diese Auslandsverkäufe sind es, die es ermöglichten, das Jahr 2021 mit einem Umsatz abzuschließen, der fast dem des Jahres 2020 entsprach, trotz des abrupten Rückgangs des Wertes der Verkäufe auf dem nationalen Gebiet.¹⁹

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

Während Portugal seinen ersten Platz mit 21,6 Mio. EUR an Exporten von Backwaren für das Jahr 2021 festigte und sich von dem Rückgang im Jahr 2020 mit einem Wachstum von 6,8 % erholte, überraschte der britische Markt mit einem spektakulären Wachstum der Verkäufe von +21,6 %. Großbritannien konnte somit Frankreich als zweitwichtigstes Zielland für Backwaren überholen, obwohl Frankreich ein gutes Wachstum von 10,1 % im Jahr 2021 aufwies. In den Top 10 der Exporteure wies nur Italien einen leichten Umsatzrückgang im Vergleich zu 2020 von 4,8 % auf.

Marokko machte auch beim Umsatz weitere Fortschritte und verzeichnete im Jahr 2021 ein außerordentliches Wachstum von ca. 70,1 %, was das Land auf den fünften Platz in der Rangliste katapultierte und damit in nur einem Jahr zwei Plätze gutmachte. Deutschland liegt

¹⁸ ASEMAC (2022): Dossier de Prensa, unter www.asemac.es/, aufgerufen am 12.10.2022

¹⁹ Sweet Press (2022): Exports, the main engine of growth for the Spanish sweet industry in 2021, unter www.sweetpress.com/, aufgerufen am 12.10.2022

6. Die Backwarenindustrie

mit einem Exportwert von 5,3 Mio. EUR lediglich auf Platz sieben der Hauptexportländer Spaniens.

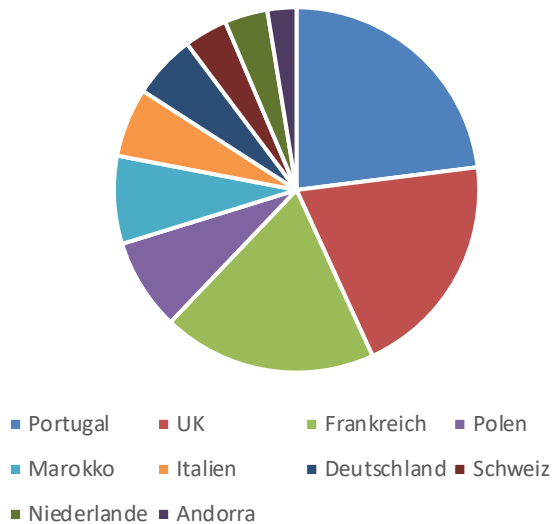


Abbildung 2: Hauptlieferländer von Backwaren

Quelle: Produlce (Jahresbericht 2021)

Bei den Backwarenimporten behält Deutschland den ersten Platz mit Einfuhren im Wert von 27 Mio. EUR und einem leichten Wachstum von 1,4 %, dicht gefolgt von Italien und Frankreich, die ein starkes Wachstum von jeweils 16,9 % und 19,4 % aufwiesen und sich damit den deutschen Verkaufszahlen annähern. Weitere bemerkenswerte Wachstumskurven von über 30 % waren bei den Importen aus Portugal, Belgien und den Niederlanden zu sehen.

6. Die Backwarenindustrie

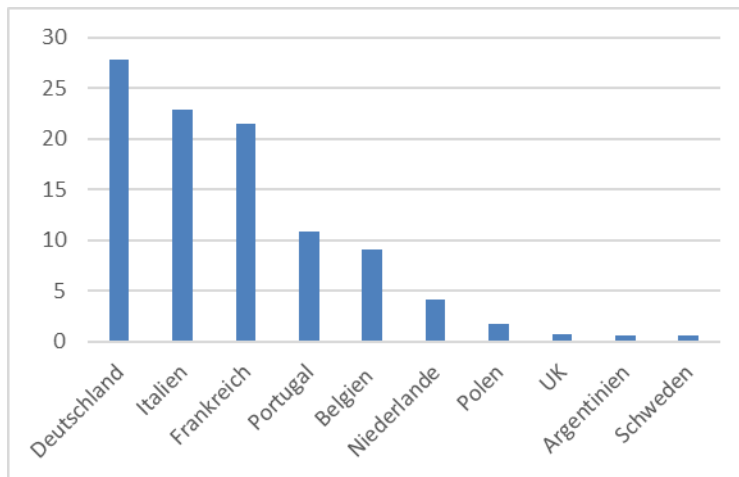


Abbildung 3: Hauptlieferländer von Backwaren nach Absatz 2021, in Mio. EUR

Quelle: Produlce (Jahresbericht 2021)

In Bezug auf Keksexporte hält Deutschland seine Umsätze in Spanien stabil und steht fest an der Spitze. Italien festigt seine Position als zweitwichtigstes Herkunftsland, nachdem es seine Ausfuhren gegenüber 2020 um +24,2 % gesteigert hat. Die Überraschung ist der starke Eintritt Polens in die Top 3 der Herkunftsländer, nachdem es im Jahr 2021 einen Zuwachs von +32,1 % und einen Umsatz von mehr als 30 Mio. EUR verzeichnete – zum Nachteil Frankreichs, das trotz eines Umsatzwachstums von +11,5 % auf den vierten Platz zurückfiel.²⁰

6.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Viele Backwarenhersteller sind in Madrid und Barcelona ansässig, aber auch in Alicante, Valencia und Ciudad Real.²¹ Unter den Herstellern führte Cerealto Siro Foods die Rangliste der Bäckerei- und Konditoreiunternehmen in Spanien mit einem Umsatz von rund 465 Mio. EUR im Jahr 2020 an. Vicky Foods Products und Bimbo Donuts Iberia belegten den zweiten bzw. dritten Platz.

Cerealto Siro Foods ist ein multinationales Unternehmen der Agrar- und Lebensmittelindustrie, das 2018 aus dem Zusammenschluss der Siro Group und ihrer internationalen Tochtergesellschaft Cerealto hervorgegangen ist. Es hat seinen Hauptsitz in Venta de Baños, Kastilien und León und sein Handelsbüro in Madrid.

²⁰ Produlce (2021): Cacao y chocolate; caramelos y chicles; galletas; pastelería, bollería y panificación; y turrone y mazapanes, unter <https://produlce.com/filemanager/source/informes/20220727%20informe%20anual%20produlce%202021.pdf>, aufgerufen am 12.10.2022

²¹ El Economista.es (2022): Bollería, unter <https://empresite.eleconomista.es/Actividad/BOLLERIA/PgNum-12/>, aufgerufen am 11.10.2022

6. Die Backwarenindustrie

Vicky Foods Products, ehemals Grupo Dulcesol, ist ein 1952 gegründeter spanischer Lebensmittelkonzern, der seine Produkte hauptsächlich in Spanien, Portugal, Frankreich, Italien, Großbritannien, Marokko und Algerien vermarktet, aber auch in mehr als 50 Länder exportiert. Sie ist derzeit die volumenstärkste Gruppe auf dem spanischen Markt für Süßwaren und süßes Gebäck und die zweitgrößte für Schnittbrot und herzhaftes Gebäck.

6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Wie bereits in Kapitel 6.2 erwähnt, steht Deutschland auf dem ersten Platz für Backwarenimporte. Dies zeigt, dass deutsche Produkte auf dem spanischen Markt gut ankommen und eine hohe Nachfrage besteht. Italien und Frankreich stellen jedoch eine große Konkurrenz dar, wie die Zahlen gezeigt haben. Deutsche Hersteller sollten sich dementsprechend gut über die lokalen Trends informieren und versuchen, sich den Anforderungen der Nachfrage spanischer Verbraucher anzupassen.

7. Die Cerealienindustrie

7.1 Einführung in den Markt

Die Cerealienindustrie erfasst alle Produkte, die unter die Kategorie Müsli, Haferflocken, Cornflakes oder andere knusprige Getreideerzeugnisse fallen. Frühstückscerealien werden aus verarbeiteten Getreidesorten wie Weizen, Reis, Mais, Hafer, Gerste und anderen essbaren Getreidesorten hergestellt. Sie werden in der Regel mit Milch getrunken und oft mit Zucker, Sirup oder Früchten gesüßt.

Im Vergleich zu anderen EU-Ländern ist der Verzehr von Frühstückscerealien in Spanien eher gering. Die Gebiete mit dem höchsten Verbrauch an Frühstückscerealien sind Madrid und der südliche Teil der Halbinsel. Es wird erwartet, dass der spanische Markt für Frühstückscerealien im Zeitraum 2022 – 2027 mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 7,18 % wachsen wird, angetrieben durch sich ändernde Konsummuster und die Einführung neuer Produktvarianten.²²

Aufgrund des steigenden Bewusstseins der Verbraucher für eine gesunde Ernährung ohne überschüssigen Zucker formulieren große Unternehmen ihre Produkte neu, indem sie bspw. raffiniertes Getreide durch Vollkorngetreide ersetzen und ihre Produkte gesünder und nährstoffreicher machen und indem sie weniger oder keinen Zucker enthalten. Es wird in Zukunft erwartet, dass Innovationen und die Einführung neuer Varianten, einschließlich organischer und gesunder Zutatenmischungen, dem Markt Auftrieb geben werden. Steigende verfügbare Einkommen und die Nachfrage nach praktischen, verzehrfertigen Produkten werden die Branche weiter unterstützen.

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

Auf dem spanischen Markt hat der Sektor der Frühstückscerealien seit seinen Anfängen in den 1980er-Jahren ein beträchtliches Wachstum erfahren. Im Jahr 2021 hatte der Markt einen Wert von 440 Mio. USD. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch im Segment Frühstückscerealien und Müsli wird im Jahr 2022 bei voraussichtlich 1,52 kg liegen. Etwa 40 % des verkauften Getreides wird in großen Supermärkten verkauft, 30 % in mittelgroßen Supermärkten.²³

²² EMR (2022): Perspectiva del Mercado Español de Cereales de Desayuno, unter www.informesdeexpertos.com/, aufgerufen am 14.10.2022

²³ AEFEC (2022): El sector en España, unter www.asociacioncereales.es/cereales-de-desayuno/historia-y-elaboracion/, aufgerufen am 14.10.2022

7. Die Cerealienindustrie

Die geschätzten spanischen Ausfuhren von Frühstückscerealien und Snacks auf Getreidebasis belaufen sich auf 32 Tsd. t bzw. 800 Mio. Portionen. Die wichtigsten Zielmärkte sind Großbritannien, Frankreich und Deutschland. Die Einfuhren sind dagegen viel geringer.²⁴

Der Marktumsatz ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Während 2014 der Umsatz noch bei 370 Mio. EUR lag, stieg er 2021 auf 440 Mio. EUR. Im Jahr 2022 wurde jedoch ein Einbruch des Umsatzwachstums registriert. Dies ist auf den Russland-Ukraine-Krieg und die damit einhergehenden Lieferschwierigkeiten von Rohstoffen sowie die daraus resultierenden Preiserhöhungen zurückzuführen.²⁵ Für das Jahr 2023 wird allerdings ein erneutes Wachstum von 30,5 % erwartet.

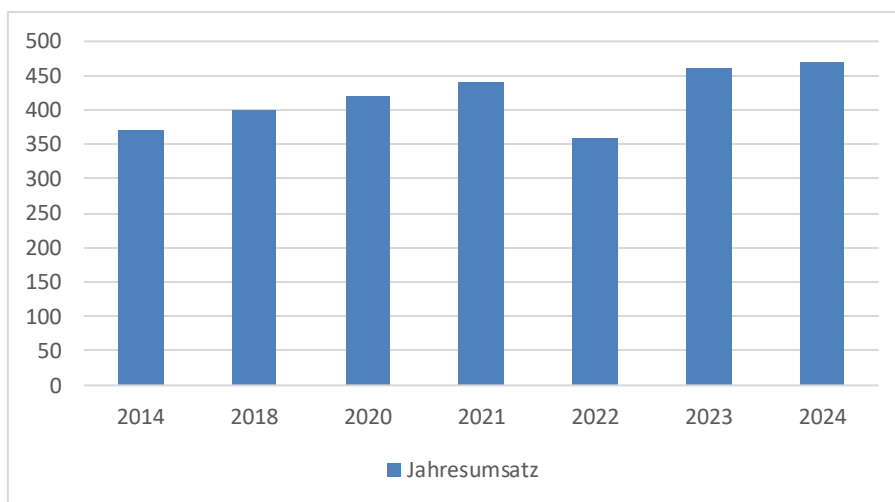


Abbildung 4: Jahresumsatz von Frühstückscerealien und Müsli (in Mio. EUR)

Quelle: eigene Darstellung nach OEC

Im Juli 2022 wurden verarbeitete Cerealien hauptsächlich nach Portugal (1,14 Mio. EUR), Italien (706 Tsd. EUR), Frankreich (553 Tsd. EUR), Marokko (124 Tsd. EUR) und Israel (95,3 Tsd. EUR) exportiert und hauptsächlich aus Deutschland (816 Tsd. EUR), Frankreich (589 Tsd. EUR), Finnland (143 Tsd. EUR), den Niederlanden (113 Tsd. EUR) und Großbritannien (106 Tsd. EUR) importiert.²⁶

²⁴ AEFC (2022): El sector en España, unter www.asociacioncereales.es/cereales-de-desayuno/historia-y-elaboracion/, aufgerufen am 14.10.2022

²⁵ FAO (2022): the importance of Ukraine and the Russian Federation for global agricultural Markets and the risks associated with the War in Ukraine, unter <https://www.fao.org/3/cb9013en/cb9013en.pdf>, aufgerufen am 07.12.2022

²⁶ OEC (2022): Processed Cereals in Spain, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/processed-cereals/reporter/esp>, aufgerufen am 15.10.2022

7.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Einige der Hauptakteure der spanischen Cerealienindustrie sind Cerealto Siro Foods, Hero España S.A., Kellogg España S.L., Weetabix, Nestlé España S.A. und General Mills Inc. Cerealto Siro Foods produziert u. a. Frühstückscerealien, Snacks sowie glutenfreie Produkte. Hero España S.A. bietet ein breites Angebot an gesunden Snacks an wie klassische Cerealien, Frucht- und Nussriegel, funktionelle Riegel mit Proteinen und Sandwich-Riegel mit cremigen Füllungen. Im Jahr 2020 verzeichnete das Unternehmen einen Umsatz von rund 200 Mio. EUR.

7.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

In den letzten Jahren ist der Verbrauch von Frühstückscerealien in Spanien erheblich gestiegen; aufgrund von Faktoren, wie die sich ändernden Essgewohnheiten und die wachsende Beliebtheit des morgendlichen Verzehr von Cerealien, der den spanischen Markt für Frühstückscerealien antreibt. Hinzu kommt, dass die Verbraucher aufgrund ihres schnellen Lebensstils weniger Zeit in der Küche verbringen, was zum bequemen Verzehr von Frühstückscerealien beiträgt.

Zudem führen Getreideunternehmen zunehmend neue Produktvarianten ein, in verschiedenen Sorten und Geschmacksrichtungen, um den Ernährungsbedürfnissen der Verbraucher gerecht zu werden. Deutsche Hersteller sollten dies beim Eintritt in den Markt beachten.²⁷ Aktuell sind auch politische Faktoren wie der Russland-Ukraine-Krieg zu berücksichtigen, die im Sektor zu Lieferschwierigkeiten von Rohstoffen und Preiserhöhungen geführt haben.

²⁷ EMR (2022): Perspectiva del Mercado Español de Cereales de Desayuno, unter www.informesdeexpertos.com/, aufgerufen am 14.10.2022

8. Der Speiseeismarkt

8.1 Einführung in den Markt

Nach den Daten des spanischen Ministeriums für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, MAPA) ist der Verbrauch von Speiseeis in Spanien zwischen Juni 2020 und Mai 2021 um 4 % gestiegen und hat insgesamt einen Verbrauch von 149 Mio. l Speiseeis erreicht. Diese Zahlen bestätigen den positiven Wachstumstrend, den der Sektor in den letzten Jahren erlebt hat. Der Anstieg des Verbrauchs ging mit einem Umsatzanstieg einher: Die Unternehmen dieses Sektors erwirtschafteten einen Umsatz von fast 555 Mio. EUR bzw. 4,8 % mehr als 2019.

Der Durchschnittspreis für Speiseeis ist leicht um 0,8 % auf 3,72 EUR/l gestiegen. Nach den Daten von MAPA konsumierte jeder Spanier im Durchschnitt 3,23 l Speiseeis, wofür er rund 12 EUR/l bezahlte.²⁸

Speiseeis ist nach wie vor einer der am stärksten saisonabhängigen Sektoren. Nach den Statistiken des MAPA entfallen auf die Sommersaison 53,7 % der jährlichen Käufe dieses Produktes. Von den Verkäufen werden 15,4 % im Juni erzielt. Gemessen an den Verkaufszahlen ist der Juli der umsatzstärkste Monat mit einem Anteil von 20,1 % der Verkäufe, gefolgt vom Monat August, in dem 18,2 % der Verkäufe generiert werden.

Die Corona-Pandemie hat jedoch zu einer Veränderung der Verbrauchergewohnheiten geführt. Im Mai und April 2020 stieg die Nachfrage nach Speiseeis im Vergleich zu den Daten für 2019 stark an mit jeweils +25,3 % und +33 %.

Der MAPA-Bericht hebt auch territoriale Unterschiede im Verbrauch hervor. Im Allgemeinen sind die wärmsten Gebiete Spaniens die mit der höchsten Nachfrage, wobei die Inseln an der Spitze stehen. Die Balearen führen die Rangliste mit 5 l pro Kopf/Jahr an, gefolgt von den Kanarischen Inseln mit 3,9 l pro Kopf/Jahr. Danach folgen die Autonome Gemeinschaft Valencia mit 3,7 l pro Kopf/Jahr sowie die Regionen Murcia, Andalusien und Extremadura mit einem Durchschnittsverbrauch von jeweils 3,4 l pro Kopf/Jahr. Kastilien-La Mancha weist einen Durchschnittsverbrauch von 3,3 l auf. Die Gebiete mit den niedrigsten Verbrauchsraten sind das Baskenland (2,2 l), Kantabrien (2,4 l) sowie Kastilien und León (2,3 l).

²⁸ Sweet Press (2021): El consumo de helados aumenta un 4% en el último año, unter <https://www.sweetpress.com/noticias/mapa-aumento-consumo-helados-espana>, aufgerufen am 13.10.2022

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

Im Jahr 2020 exportierte Spanien Speiseeis im Wert von 140 Mio. USD und war damit der neuntgrößte Exporteur der Welt. Im selben Jahr war Speiseeis das 361. meist exportierte Produkt Spaniens. Die wichtigsten Bestimmungsorte der Ausfuhren waren Portugal (43,5 Mio. USD), Großbritannien (20,6 Mio. USD), Frankreich (18,2 Mio. USD), Italien (12,8 Mio. USD) und Polen (11,7 Mio. USD).

Die am schnellsten wachsenden Exportmärkte für spanisches Speiseeis zwischen 2019 und 2020 waren Polen (8,7 Mio. USD), Portugal (3,31 Mio. USD) und Katar (971 Tsd. USD).

Im Jahr 2020 importierte Spanien Speiseeis im Wert von 184 Mio. USD und war damit der sechstgrößte Importeur der Welt. Im selben Jahr war Speiseeis das 317. meistimportierte Produkt in Spanien. Spanien importiert hauptsächlich aus Frankreich (45,4 Mio. USD), Deutschland (38,3 Mio. USD), Italien (32,6 Mio. USD), Belgien (15,3 Mio. USD) und den Niederlanden (14,3 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Importmärkte zwischen 2019 und 2020 waren Italien (12,4 Mio. USD), die Niederlande (1,74 Mio. USD) und Ungarn (1,17 Mio. USD).

Im Juli 2022 gab es in Spanien Ausfuhren in Höhe von 27,8 Mio. EUR und Einfuhren in Höhe von 29,2 Mio. EUR, was zu einer negativen Handelsbilanz von 1,41 Mio. EUR führte. Zwischen Juli 2021 und Juli 2022 stiegen die Exporte um 3,08 Mio. EUR (+12,5 %) von 24,7 Mio. EUR auf 27,8 Mio. EUR an, während die Importe um 1,58 Mio. EUR (+5,70 %) von 27,7 Mio. EUR auf 29,2 Mio. EUR stiegen.

Im Juli 2022 exportierte Spanien Speiseeis hauptsächlich nach Portugal (8,12 Mio. EUR), Italien (4,26 Mio. EUR), Frankreich (3,14 Mio. EUR), Deutschland (2,65 Mio. EUR) sowie Großbritannien (2,56 Mio. EUR) und importierte hauptsächlich aus Deutschland (8,42 Mio. EUR), Frankreich (5,92 Mio. EUR), Italien (3,87 Mio. EUR), Portugal (2,96 Mio. EUR) und den Niederlanden (2,56 Mio. EUR).²⁹

²⁹ OEC (2020): Helado en España, unter <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/ice-cream/reporter/esp>, aufgerufen am 13.10.2022

8. Der Speiseeismarkt

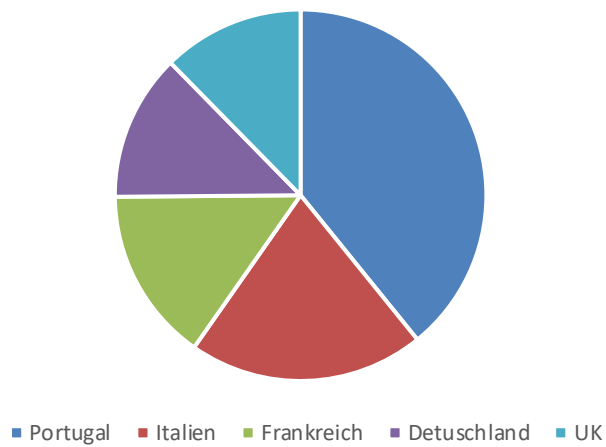


Abbildung 5: Exportzielländer für Speiseeis 2022

Quelle: eigene Darstellung nach OEC (Jahresbericht 2021)

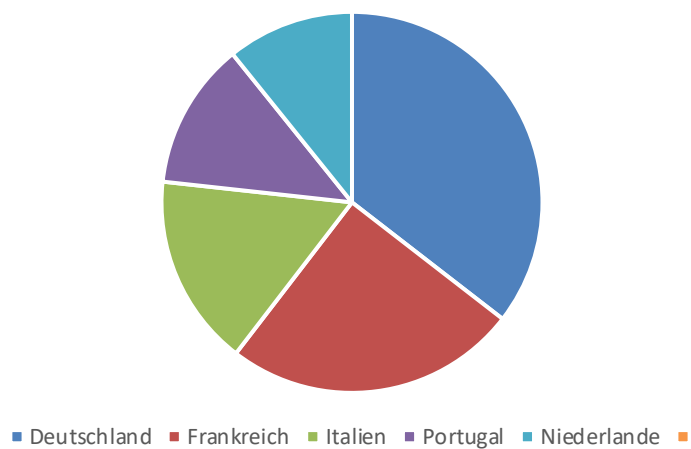


Abbildung 6: Importländer von Speiseeis 2022

Quelle: eigene Darstellung nach OEC (Jahresbericht 2021)

Der Anstieg der Ausfuhren von Speiseeis im Juli 2022 im Vergleich zum Vorjahr 2021 ist hauptsächlich auf eine Zunahme der Ausfuhren in die Vereinigten Staaten (536 Tsd. EUR bzw. 4,78 %), nach Deutschland (534 Tsd. EUR bzw. 1,63 %) und nach Italien (373 Tsd. EUR bzw. 230 %) zurückzuführen. Der Anstieg der Speiseeiseinfuhren im Vergleich zum Vorjahr war hauptsächlich auf eine Zunahme der Einfuhren aus Deutschland (419 Tsd. EUR bzw.

8. Der Speiseeismarkt

43,2 %), Italien (399 Tsd. EUR bzw. 41,7 %) und den Niederlanden (275 Tsd. EUR bzw. 69,2 %) zurückzuführen.³⁰

8.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Froneri Iberia S.L. führt den Markt mit einem Umsatz von 181 Mio. EUR an. Von den 793 Beschäftigten sind 100 % unbefristet angestellt. In der nationalen Rangliste liegt das Unternehmen auf Platz 1.022, in seiner Provinz Álava auf Platz elf. Das Unternehmensvermögen beläuft sich auf 280 Mio. EUR. Froneri vereint die Synergien des Lebensmittelherstellers Nestlé und R&R, dem Marktführer in der Speiseeisherstellung. Das Unternehmen ist in mehr als 20 Ländern vertreten und vertreibt unter anderem Marken wie Maxibon, Pirulo, Extreme, Nuii, Oreo, Milka und Toblerone.

Die Ice Cream Factory CO Maker S.A. belegt den zweiten Platz. Das Unternehmen begann 2003 mit der Integration der Eiscremefabrik des ehemaligen, 1964 gegründeten Unternehmens AVIDESA. Heute hat es sich auf fünf Kontinente ausgedehnt. In der nationalen Liste steht es auf Platz 1.867, in der Provinz Valencia auf Platz 81. Das Vermögen liegt bei rund 100 Mio. EUR.³¹

8.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Die Nachfrage nach fettarmem Speiseeis, das mit natürlichen Zutaten hergestellt wird, ohne dabei Kompromisse bei Geschmack und Genuss einzugehen, wächst. Deutschland und Russland sind die größten Speiseeismärkte in Europa. Mittelfristig treiben der Genuss und die zunehmende Vorliebe der Verbraucher für Speiseeis als Freizeitprodukt das Wachstum dieses Marktes voran, und neue, innovative Geschmacksrichtungen, die von den Unternehmen angeboten werden, wirken als Katalysator für die Nachfrageentwicklung.

³⁰ OEC (2020): Helado en España, unter <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/ice-cream/reporter/esp>, aufgerufen am 13.10.2022

³¹ El Economista.es (2019): Las empresas de fabricación de helados que más facturan de España, unter <https://www.economista.es/ranking-empresas/noticias/10019707/07/19/Las-empresas-de-fabricacion-de-helados-que-mas-facturan-d-e-Espana.html>, aufgerufen am 14.10.2022

9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt

Während der Corona-Pandemie sind die Ausgaben für Genussmittel gestiegen, was zu einem veränderten Konsumverhalten von Süßwaren geführt hat. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern war der Konsum von Knabberartikeln in Spanien in dem Zeitraum erheblich. Weitere Produkte, deren Konsum ebenfalls zunahm, waren Schokoriegel, aber auch Geleebohnen sowie das Kauen von Kaugummi oder anderen Süßigkeiten im Zusammenhang mit der Büroarbeit im Home-Office. Die Nachfrage nach fettarmem Speiseeis, das mit natürlichen Zutaten hergestellt wird, wächst ebenfalls. Deutschland gehört zu den größten Speiseeismärkten in Europa und das Wachstum dieses Marktes wird mittelfristig durch die zunehmende Vorliebe der Verbraucher für Speiseeis als Freizeitprodukt vorangetrieben.

Deutsche Hersteller von Süßwaren und Knabberartikeln sind bereits stark auf dem spanischen Markt platziert und die Nachfrage nach deutschen Produkten ist stets vorhanden. Gleichwohl besteht eine starke Konkurrenz auf dem europäischen und immer mehr auch auf dem internationalen Markt. Dies liegt sowohl an der bereits erwähnten Veränderung des Konsumverhaltens der Verbraucher, als auch am Bestreben der Hersteller, ihre Produkte dementsprechend anzupassen. Der Sektor durchläuft einen entscheidenden Wandel auch in Richtung Digitalisierung und Nachhaltigkeit, um neue Herausforderungen in Bezug auf den Klimawandel und die Anpassung an neue Verbrauchertrends zu bewältigen.

10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme

10.1 Zoll- und präferenzrechtliche Bestimmungen

Importeure sind für die Lebensmittelsicherheit ihrer Ware verantwortlich. Die allgemeine EU-rechtliche Grundlage in der Lebensmittelindustrie ist die Verordnung (EG) Nr. 178/2002.³²

Generell müssen alle Exporte nach Spanien registriert und zertifiziert sein. In Spanien muss jede Person, die eine Tätigkeit im Bereich Lebensmittel aufnimmt, sich beim Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos (RGSEAA) registrieren lassen oder eine Zulassung oder Genehmigung beantragen. Da Spanien 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.

Für weitere Informationen über die Eintragung in die RGSEAA empfiehlt es sich an die zuständige Stelle der Autonomen Gemeinschaft zu richten, in deren Gebiet das Unternehmen ansässig ist, oder an die spanische Agentur für Lebensmittelsicherheit und Ernährung (AESAN).

10.2 Kennzeichnungsvorschriften

Wie Lebensmittel allgemein zu kennzeichnen sind, ist EU-weit einheitlich 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. Für die Zertifizierung von Produkten aus biologischem Anbau existieren verschiedene Labels. Die offizielle Kennzeichnung der Europäischen Union ist das EU-Bio-Logo.³³

³² 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:2002:R0178:20060428:DE:PDE>, aufgerufen am 14.10.2022

³³ Biogarantie (2022) Le Label Biogarantie, unter <https://biogarantie.be>, aufgerufen am 14.10.2022

10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme

Alle in Spanien vertriebenen Produkte müssen die folgenden verpflichtenden Angaben auf einer Lebensmittelverpackung in Einzelhandelsgröße enthalten:

- Name des Herstellers, des Verpackers oder des Importeurs,
- Liste der Bestandteile: enthält eine Aufzählung aller Bestandteile des Nahrungsmittels, in der abnehmenden Reihenfolge ihrer anteilmäßigen Wichtigkeit, sowie aller Zusatzstoffe (E-Nummern),
- Allergene: Diese müssen auf dem Etikett erkennbar ausgewiesen werden,
- Menge/Quantität: Anzahl an ml, l, g oder kg, die im Packstück enthalten ist; es handelt sich hierbei um das Nettogewicht (Gewicht der Verpackung nicht eingerechnet),
- Haltbarkeitsdatum: Je nach Art des Nahrungsmittels ist das Mindesthaltbarkeitsdatum oder Ablaufdatum anzugeben,
- Chargen-Nummer,
- Spezielle Bedingungen für die Aufbewahrung und den Konsum.³⁴

10.3 Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

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 unter https://agriculture.ec.europa.eu/index_de.

10.4 Weiterführende Informationen

Alle Lebensmittel, die in Spanien und damit in der EU vermarktet werden, müssen unabhängig von ihrer Herkunft innerhalb oder außerhalb der EU dieselben gesundheitspolitischen Anforderungen erfüllen. Diese amtlichen Kontrollen zielen darauf ab, die möglichen Risiken, die mit dem Inverkehrbringen von Lebensmitteln verbunden sind, umfassend zu minimieren. Dieser Ansatz wird sowohl für importierte als auch für produzierte Lebensmittel in Spanien und der EU beibehalten.

Vor der Ankunft in der EU wird die Kontrolle der eingeführten Lebensmittel durch Inspektionen unter der Leitung der Europäischen Kommission eingeleitet, bei denen

³⁴ Service public fédéral (2022): Règles d'étiquetage, unter <https://www.health.belgium.be/fr/alimentation/informations-aux-consommateurs/etiquetage/regles-detiquetage>, aufgerufen am 14.10.2022

10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme

zahlreiche Aspekte wie die einschlägigen Rechtsvorschriften des Drittlandes, die Organisation der Kontrollen usw. geprüft werden.

11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland

11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland

Das nachfolgende Kapitel betrachtet die Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland nach Spanien und wurde von Frau Jessica Hensgens, German Sweets e.V. verfasst.

Mit Blick auf die Exportzahlen des vergangenen Jahres 2021 stellt das auf der iberischen Halbinsel gelegene Land einen äußerst attraktiven Markt für die deutsche Süßwarenindustrie dar. So fanden 88,5 Tsd. t deutsches Naschwerk mit einem Wert von 306,2 Mio. EUR ihren Platz in Spaniens Süßwarenregalen.³⁵

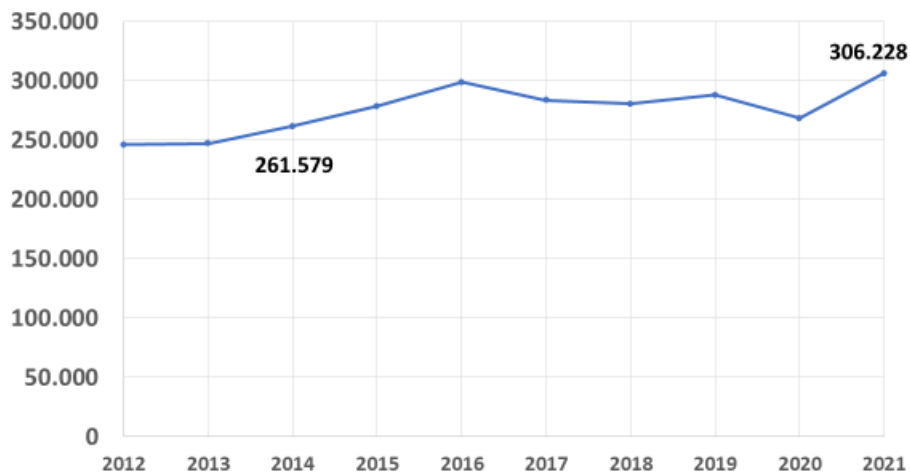


Abbildung 7: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Spanien 2021, Wert in Tsd. EUR

Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes

Die Hervorhebung des Alleinstellungsmerkmals eines Produktes, spielt für einen erfolgreichen Markteinstieg in Spanien eine besondere Rolle. Dies scheinen deutsche Produkte bereits süßwarenübergreifend geschafft zu haben. So konnten bei allen Produktgruppen steigende Exporte verzeichnet werden. Mit einem Anstieg von 28,5 % im Vergleich zum Vorjahr, erfreuen sich ganz besonders Kakao- und Schokoladenhalberzeugnisse einer guten Nachfrage. Mengenmäßig konnte dabei ein Exportvolumen von 18,7 Tsd. t des schokoladigen Vergnügens verbucht werden.³⁶

Laut Marktexperten bildet außerdem der Zuckerwaren-Sektor Spaniens eine besondere Chance für den Einstieg. Trotz des derzeitigen Anstiegs des „Zuckerfrei“-Trends im Land, werden die süßen Leckereien weiterhin gerne verzehrt. Hier wird ein Potential für neue

³⁵ BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes

³⁶ Ebenda.

11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikel aus Deutschland

Produktideen gesehen, da teils noch immer dieselben Zuckerwaren wie vor 20 Jahren in den spanischen Regalen zu finden sind. Trotz eines Wachstums von knapp über 15 %, konnten 2021 lediglich 6,5 t nach Spanien geliefert werden.³⁷ Hier ist sicherlich noch Luft nach oben.

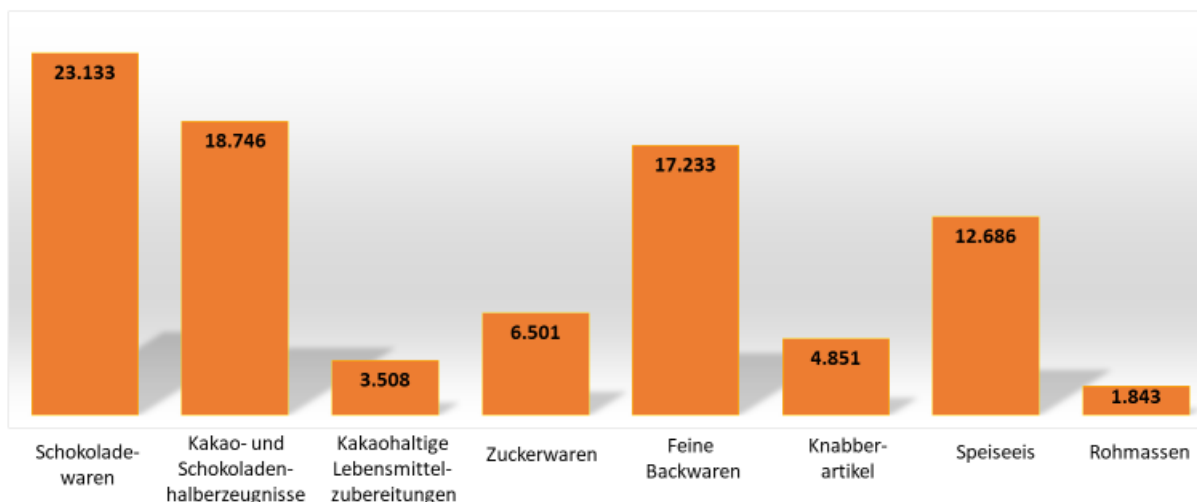


Abbildung 8: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Spanien 2021, Menge in t

Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes

Ganz oben auf der Einkaufsliste der spanischen Verbraucher stehen Feine Backwaren. Besonders in diesem Segment können deutsche Hersteller weiter profitieren. Bereits heute belegt bei Gebäck-Einfuhren Deutschland mit einem Auftragsvolumen von 56,3 Mio. USD den ersten Platz – gefolgt von Bella Italia mit Einfuhren im Wert von 41 Mio. USD.³⁸ Der Kurzüberblick zeigt deutlich, dass Spanien ein spannender Exportmarkt darstellt und es sich lohnt ihn im Rahmen der vorliegenden Studie etwas genauer zu betrachten.

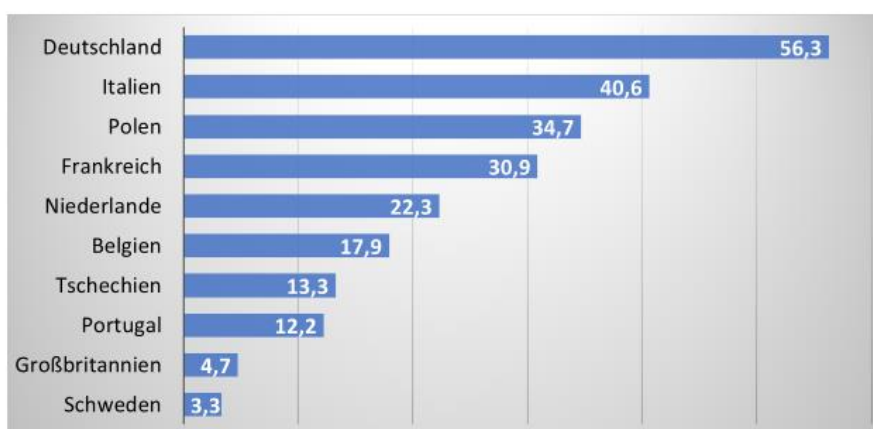


Abbildung 9: Einfuhren von Feine Backwaren nach Spanien 2021, in Mio. USD

Quelle: UN Comtrade 2021/2022

³⁷ Ebenda

³⁸ UN Comtrade 2021/2022

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

12.1 Fachmessen

Alimentaria	
Adresse / Website	Avenida Joan Carles I, 64 08908 Barcelona Spanien www.alimentaria.com
Kontakt	E-Mail: infofira@firabarcelona.com Tel.: +34 93 233 20 00
Profil	Die Alimentaria in Barcelona ist eine der größten Fachmessen für Lebensmittel und Getränke. Sie zieht die größten Hersteller und Lieferanten der Branche an. Als Fachmesse richtet sie sich in erster Linie an Entscheidungsträger aus verschiedenen Bereichen der Lebensmittelindustrie und bietet die Gelegenheit, neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Die Alimentaria findet alle zwei Jahre statt und zum 21. Mal im April 2024 in Barcelona, Spanien.

InterSICOP	
Adresse / Website	Avenida del Partenón, 5 28042 Madrid Spanien www.ifema.es/en/intersicop
Kontakt	E-Mail: customerservice@ifema.es Tel.: +34 91 722 30 00
Profil	Die von dem Konsortium IFEMA MADRID organisierte InterSICOP bringt die gesamte Fachwelt der Bäckerei-, Konditorei-, Speiseeis-, Kaffee- und Ausrüstungsbranche vom 17. – 20. Februar 2024 in Madrid zusammen.

12.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN)	
Adresse / Website	Calle de Alcalá, 56 28014 Madrid Spanien www.aesan.gob.es
Kontakt	E-Mail: informacionaesan@aesan.gob.es Tel.: +34 913380616
Profil	Die Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), die spanische Agentur für Lebensmittelsicherheit und Ernährung, integriert und erfüllt im Rahmen der allgemeinen Staatsverwaltung die Aufgaben im Zusammenhang mit Lebensmittelsicherheit und gesunder Ernährung. Es handelt sich um eine autonome Einrichtung, die dem Ministerium für Verbraucherangelegenheiten, dem Gesundheitsministerium und dem Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung zugeordnet ist. Es besteht aus mehr als 190 Fachleuten, die sich auf den Hauptsitz in Madrid und zwei Labors verteilen.

Asociación de Snacks	
Adresse / Website	Calle de Mallorca, 286 08037 Barcelona Spanien www.asociacionsnacks.es
Kontakt	E-Mail: info@asociacionsnacks.es Tel.: +34 93 207 25 16
Profil	Die Asociación de Snacks, der Verband für Knabberartikel, ist eine 1978 gegründete Non-Profit-Organisation, die die Industrie für Chips, Snacks, Nüsse, Trockenfrüchte und -samen vertritt, die allgemeinen Interessen des Snacksektors verteidigt, die Eigenschaften und die Vielfalt ihrer Produkte fördert und die Bedeutung und Größe des Sektors verkörpert.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Asociación Española de Fabricantes de Cereales en Copos o Expandidos, CEREAL (AEFC)	
Adresse / Website	Calle Diego de León, 54 28006 Madrid Spanien www.asociacioncereales.es
Kontakt	José Maria Vallverdú Perapoch, President E-Mail: info@asociacioncereales.es Tel.: + 34. 91 411 05 20
Profil	Die Asociación Española de Fabricantes de Cereales en Copos o Expandidos, CEREAL (AEFC), der spanische Verband der Hersteller von Getreideflocken, ist ein gemeinnütziger Verein, der 1988 gegründet wurde und dem verschiedene Unternehmen angehören, die Frühstückscerealien herstellen. Ihr Hauptziel ist es, über die Rolle von Getreide in der Ernährung zu informieren und gesunde Frühstücksgewohnheiten als Teil einer ausgewogenen Ernährung und eines gesunden Lebensstils zu fördern. Ein weiteres Hauptziel ist die Verteidigung und Förderung der allgemeinen Interessen des Verbandes und seiner Mitglieder sowie deren Vertretung vor verschiedenen öffentlichen und privaten Stellen. Außerdem soll ein positiver Dialog zwischen den Getreideherstellern und den Verbrauchern hergestellt werden.

Asociación Española de Fabricantes de Helados (AEFH)	
Adresse / Website	Calle de Mallorca, 2 08014 Barcelona Spanien www.aefhelados.com
Kontakt	E-Mail: informacion@aefhelados.com Tel.: +34 932072516
Profil	Die Asociación Española de Fabricantes de Helados (AEFH), der spanische Verband der Speiseeishersteller, der seit 1977 tätig ist, ist eine gemeinnützige Organisation, in der die wichtigsten in Spanien tätigen Speiseeishersteller zusammengeschlossen sind. Die Aufgabe des Verbandes besteht darin, die Interessen der Speiseeisindustrie in Spanien, insbesondere die der Mitgliedsunternehmen, zu vertreten und das Image des Speiseeises zu fördern.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Asociación Española de la Industria de Panadería, Bollería y Pastelería (ASEMAC)	
Adresse / Website	Calle Diego de León 54, Esc.B, 5ºD 28006 Madrid Spanien www.asemac.es
Kontakt	E-Mail: asemac@asemac.es Tel.: +34 91 563 58 60
Profil	Die ASEMAC, der spanische Verband der Bäckerei- und Konditoreiindustrie, vereint 80 % der Unternehmen und mehr als 90 % des Umsatzes der spanischen Tiefkühlbäckerei und -konditorei und ist in allen Autonomen Gemeinschaften vertreten. Ihre Hauptaufgabe besteht darin, die Geschäftsinteressen der Lebensmittelindustrie sowohl vor staatlichen Stellen und Verwaltungen, der EU und internationalen Organisationen als auch vor den Autonomen Gemeinschaften, lokalen Behörden und Unternehmensverbänden zu vertreten.

Asociación Nacional de Fabricantes de Materias Primas y Mejorantes para Panadería, Pastelería y Heladería (ASPRIME)	
Adresse / Website	Calle de Mallorca, 286 08037 Barcelona Spanien www.asprime.es
Kontakt	E-Mail: asprime@grupobonmacor.com Tel.: +34 932 072 516
Profil	Die Asociación Nacional de Fabricantes de Materias Primas y Mejorantes para Panadería, Pastelería y Heladería (ASPRIME), der spanische Verband der Hersteller von Roh- und Hilfsstoffen für die Bäckerei-, Konditorei- und Speiseeisindustrie, ist eine gemeinnützige Berufsorganisation, die Hersteller und Lieferanten dieser Produkte zusammenbringt.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)	
Adresse / Website	Calle de Velázquez, 64 28001 Madrid Spanien www.fiab.es
Kontakt	E-Mail: fiab@fiab.es Tel.: +34 91 411 72 11
Profil	<p>Seit 1977 vertritt die Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), der spanische Verband der Lebensmittel- und Getränkeindustrie, die spanische Lebensmittel- und Getränkeindustrie, den führenden Industriesektor des Landes mit fast einer halben Million Beschäftigten und fast 30.000 Unternehmen.</p> <p>Die FIAB, die sich aus fast 50 Verbänden zusammensetzt, setzt sich für Wettbewerbsfähigkeit, Internationalisierung, Innovation, Nachhaltigkeit, Beschäftigung und Talente innerhalb des Sektors ein. Außerdem war sie einer der ersten Verbände, die dem spanischen Verband der Unternehmensorganisationen (CEOE) beigetreten ist. Seit 1986 ist sie auch Vollmitglied des Europäischen Verbandes der Lebensmittelindustrie (FoodDrinkEurope), der europäischen Wirtschaftsorganisation des Sektors.</p>

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)	
Adresse / Website	Paseo de la Infanta Isabel, 1 28014 Madrid Spanien www.mapa.gob.es
Kontakt	E-Mail: informac@mapa.es Tel.: +34 91 347 53 68
Profil	<p>Das Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), das Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und Ernährung, ist die Abteilung, die innerhalb der allgemeinen Staatsverwaltung für die Ausarbeitung und Umsetzung der Regierungspolitik in den Bereichen Landwirtschaft, Viehzucht und Fischerei, Agrar- und Nahrungsmittelindustrie, ländliche Entwicklung sowie Ernährung zuständig ist.</p>

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Produlce	
Adresse / Website	Calle de Velázquez, 64 28001 Madrid Spanien www.produlce.com
Kontakt	E-Mail: produlce@produlce.com Tel.: +34 91 837 20 05
Profil	Der spanische Süßwarenverband Produlce wurde mit der Aufgabe gegründet, die Interessen eines Sektors zu vertreten und zu verteidigen, der die Kategorien Bonbons und Kaugummis, Schokolade und Kakaoerzeugnisse, Kekse, Nougat und Marzipan sowie Süßwaren umfasst. Der Verband veröffentlicht jährlich einen Bericht über die aktuelle Entwicklung des Sektors auf nationaler und internationaler Ebene.

12.3 Lebensmitteleinzelhandel

Carrefour	
Adresse / Website	Carretera de Madrid a Burgos, Km 14, 500 28108 Madrid Spanien www.carrefour.es
Kontakt	E-Mail: prensa.es@carrefour.com Tel.: +34 651 50 01 13
Umsatz	ca. 10,4 Mrd. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	54 Tsd.
Profil	Carrefour, eine französische Gruppe, ist weltweit mit Supermärkten, Hypermärkten und Discountern vertreten. Seit 1973 ist sie in Spanien aktiv und Europas zweitgrößte und weltweit drittgrößte Lebensmitteleinzelhandelskette.

Consum	
Adresse / Website	Avenida Alginet, 1 46460 Valencia Spanien www.consum.es
Kontakt	E-Mail: consumcooperativa@consum.es Tel.: +34 900 500 126
Umsatz	3,3 Mrd. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	13,5 Tsd.
Profil	Consum wurde 1975 gegründet und gilt als eine der größten spanischen Genossenschaften nach Anzahl der Partner und als eines der ersten Unternehmen im Vertriebssektor.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Distribuidora Internacional de Alimentación S.A. (DIA)	
Adresse / Website	Calle Jacinto Benavente, 2 A 28232 Madrid Spanien www.diacorporate.com
Kontakt	E-Mail: comunicacion@diagroup.com Tel.: +34 91 398 54 00
Umsatz	6,9 Mrd. EUR
Mitarbeiterzahl	ca. 38,6 Tsd.
Profil	DIA ist ein 1979 durch den französischen Einzelhändler Promodès in Las Rozas de Madrid (Spanien) gegründeter Lebensmittel-Discounter. Seit 2019 wird DIA von der luxemburgischen Investmentfirma LetterOne kontrolliert. Die Gruppe DIA betreibt insgesamt 6.914 Verkaufsstellen in Spanien, Frankreich, Portugal, Argentinien, Brasilien, China und in der Türkei. Insgesamt 4.024 Geschäfte werden direkt vom Unternehmen als Filialen betrieben, weitere 2.890 sind Franchisingmärkte.

El Corte Inglés	
Adresse / Website	Calle Hermosilla, 112 28009 Madrid Spanien www.elcorteingles.es
Kontakt	E-Mail: comunicacionelcorteingles@elcorteingles.es Tel.: +34 914 018 500
Umsatz	12,5 Mrd. USD (2021)
Mitarbeiterzahl	79,8 Tsd.
Profil	Die größte Warenhauskette Spaniens El Corte Inglés beinhaltet die Hypermarktkette Hipercor, den Convenience-Store Opencor sowie die Supermarktketten Supercor und Supercor-exprés.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Grupo Eroski	
Adresse / Website	Barrio San Agustín 48230 Elorrio Vizcaya Spanien www.eroskicorporativo.es/
Kontakt	E-Mail: comunicacion@eroski.es Tel.: +34 944 158 642
Umsatz	5,4 Mrd. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	ca. 30 Tsd.
Profil	Die Grupo Eroski ist eine spanische Handelskette, deren Kerngeschäft es ist, Hypermärkte im Einzelhandel zu betreiben. Eroski City und Eroski Center sind die Hauptverkaufsformate der spanischen Handelskette, die der Einkaufskooperation Alidis/Agenor angehört. Zum Unternehmen zählt eine Reisebüro-Kette sowie die Eigenmarke Consumer, unter der Discounter-Produkte für die Filialen produziert werden.

Lidl España	
Adresse / Website	Calle Beat Oriol 08110 Barcelona Spanien www.lidl.es
Kontakt	Tel.: +34 900 958 311
Umsatz	3 Mrd. USD
Mitarbeiterzahl	ca. 20 Tsd.
Profil	Lidl ist eine führende Supermarktkette in der Lebensmittelverteilung, die 1994 auf dem spanischen Markt ihren Platz gefunden hat.

Mercadona	
Adresse / Website	Carrer Valencia, 5 46016 Valencia Spanien www.mercadona.es/es/inicio
Kontakt	Tel.: +34 900 500 103
Umsatz	25,5 Mrd. EUR
Mitarbeiterzahl	96 Tsd.
Profil	Mercadona ist eine 1977 von der Cárnicas Roig Group gegründete spanische, marktführende Supermarktkette. Sie hat 1.636 Geschäfte in allen 17 spanischen Regionen sowie in Ceuta, Melilla und in Portugal.

12.4 Importeure/Hersteller

Bebidas y Dulces	
Adresse / Website	Avenida de las Morcilleras, 29 28341 Madrid Spanien www.bebidasydulces.es
Kontakt	E-Mail: ilona@bebidasydulces.es Tel.: + 34 918 659 629
Profil	Importeur, Distributor und Vermarktung von Süßwaren sowie alkoholfreien und alkoholischen Getränken, u. a. Wein und Bonbons.

Brand Distribution Iberia S.L.	
Adresse / Website	Paseo de Gràcia, 21 08007 Barcelona Spanien www.bdggroup.eu
Kontakt	E-Mail: bdiberia@bdgroup.eu Tel.: +34 656 668 570
Profil	Brand Distribution Iberia S.L ist ein Großhändler und Teil der Brand Distribution Group mit Hauptsitz in Polen. Das Unternehmen ist auf den Vertrieb von Fast-moving consumer goods (FMCG)-Produkten spezialisiert. Unter anderem werden Erfrischungsgetränke, Schokolade, Kekse und Bonbons angeboten.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Cerealto Siro Foods	
Adresse / Website	Paseo Pintor Rosales, 40 28008 Madrid Spanien www.cerealtoSIROfoods.com/
Kontakt	E-Mail: infocerealto@sirofoods.com Tel.: +34 902 18 12 48
Umsatz	465 Mio. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	4,64 Tsd.
Profil	Cerealto Siro Foods ist ein globales Unternehmen im Agrar- und Ernährungssektor, das sich der Entwicklung und Herstellung von Produkten auf Getreidebasis für Einzelhändler und Lebensmittelmarken widmet. Cerealto Siro Foods produziert u. a. Frühstückscerealien, Snacks sowie glutenfreie Produkte.

Frito Lay	
Adresse / Website	Polígono Industrial Tarragona 161 08014 Barcelona Spanien www.fritolay.com
Kontakt	E-Mail: contacta@pepsico.com Tel.: +34 900 164 164
Umsatz	80 Mrd. USD
Mitarbeiterzahl	ca. 200
Profil	Frito-Lay ist ein US-amerikanisches Unternehmen, das heute zum PepsiCo-Konzern gehört. Es entstand 1961 durch eine Fusion der Unternehmen The Frito Company und H.W. Lay & Company. Die Frito Company wurde 1932 von Charles Elmer (C.E.) Doolin in San Antonio in Texas gegründet und setzte anfangs auf Maischips. Heute gehören zu den wichtigsten Snackmarken, die unter dem Namen Frito-Lay hergestellt werden, Fritos Mais-Chips, Cheetos, Doritos und Tostitos, Lay's und Ruffles, Gold Rold sowie Walkers.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Froneri Iberia S.L.	
Adresse / Website	Intxerdui Kalea, 7 01208, Álava Spanien www.froneri.com
Kontakt	E-Mail: froneri@es.froneri.com Tel.: +34 9450 10800
Umsatz	ca. 200 Mio. EUR
Mitarbeiterzahl	ca. 800
Profil	Froneri Iberia S.L. bietet eine breite Palette an Speiseeisprodukten an, von Milcheis über Wassereis, Sorbet und Bioeis bis hin zu Bechern, Sticks und Waffeln. Das Unternehmen ist ein langjähriger Lizenzpartner von führenden Unternehmen wie Nestlé und Mondelez und hat weltweit mehr als 10 Tsd. Mitarbeiter und ist in 24 Ländern tätig.

Gourmet Leon Delicatessen Import	
Adresse / Website	Calle la Red Seis, 54 41500 Sevilla Spanien www.gourmetleon.es/
Kontakt	E-Mail: info@gourmet-leon.net Tel.: +34 955 73 70 19
Mitarbeiterzahl	10
Profil	Gourmet Leon Delicatessen Import ist ein Unternehmen, das sich seit 2005 dem Import und Vertrieb von Gourmet- und Delikatessenprodukten widmet und seine Position im nationalen Lebensmittelsektor gefestigt hat.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Hero España S.A.	
Adresse / Website	Avenida de Murcia, 1 30820 Murcia Spanien www.hero.es/
Kontakt	E-Mail: info@hero.es Tel.: +34 900 180 332.
Umsatz	200 Mio. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	1 Tsd.
Profil	Hero España S.A. bietet ein breites Angebot an gesunden Snacks an wie klassische Cerealien, Frucht- und Nussriegel, funktionelle Riegel mit Proteinen sowie Sandwich-Riegel mit cremigen Füllungen.

Ice Cream Factory CO Maker S.A.	
Adresse / Website	Calle L'Antiga Avidesca 46600 Valencia Spanien www.icfc.es
Kontakt	E-Mail: info@icfc.es Tel.: +34 962 45 71 10
Umsatz	100 Mio. EUR
Mitarbeiterzahl	640
Profil	Die Ice Cream Factory CO Maker S.A. ist ein internationales Lebensmittelunternehmen, das sich auf die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Speiseeis spezialisiert hat. Das Unternehmen nahm seine Tätigkeit im Jahr 2003 auf, indem es die Eisfabrik des ehemaligen Unternehmens AVIDESA, das 1964 gegründet wurde, integrierte. Heute ist das Unternehmen auf fünf Kontinenten vertreten.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Kellogg España S.L.	
Adresse / Website	Paseo Del Club Deportivo, 1 28223 Madrid Spanien www.kelloggs.es
Kontakt	E-Mail: atconsumidor@kelloggs.es Tel.: +34 900 80 37 01
Umsatz	12 Mrd. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	ca. 33 Tsd.
Profil	Kellogg España S.L. ist ein US-amerikanisches und eines der weltweit größten Unternehmen für Getreideprodukte, speziell Frühstücksflocken, mit Produktionsstätten in 17 Ländern. Kellogg España, S.L. verkauft, fördert und vermarktet Erzeugnisse aus Getreide sowie von diätetischen und ähnlichen Lebensmitteln.

Mondelez	
Adresse / Website	Calle del Eucalipto, 25 28016 Madrid Spanien www.mondelezinternational.com/Spain
Kontakt	E-Mail: irelandpressoffice@mdlz.com Tel.: +34 913 25 47 50
Umsatz	500 Mio. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	1,3 Tsd.
Profil	Mondelez ist eines der weltweit führenden Unternehmen in der Lebensmittelindustrie. Zu Mondelez gehören globale und lokale Marken wie Oreo, belVita und LU-Kekse, Cadbury Dairy Milk, Milka und Toblerone-Schokolade, Sour Patch Kids-Süßigkeiten sowie Trident-Kaugummi.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Natra S.A.	
Adresse / Website	Calle del Poeta Joan Maragall, 1 28020 Madrid Spanien www.natra.com/es/
Kontakt	E-Mail: dataprotection@natra.com Tel.: +34 914 178 868
Umsatz	410 Mio. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	1 Tsd.
Profil	Natra S.A. ist ein internationales Unternehmen und einer der führenden europäischen Hersteller und Vertreiber von Schokoladenprodukten und Kakaozutaten, der sich auf Eigenmarken mit dem führenden Einzelhandel und Co-Manufacturing für die globalen Marken konzentriert. Das Unternehmen verfügt über sechs Produktionsstätten (zwei in Spanien, zwei in Belgien, eine in Frankreich und eine in Kanada) und eine ständige Handelspräsenz in Europa, Amerika und Asien. Die Produkte werden in mehr als 90 Ländern auf fünf Kontinenten verkauft. Natra ist auch der wichtigste Verarbeiter von Kakaobohnen in Spanien, der für 40 % der Kakaomahlung verantwortlich ist. Über seine Abteilung Ingredients liefert das Unternehmen Kakao-Derivate (vor allem Kakaobutter, Kakaopulver und Schokoladenüberzüge) an die internationale Lebensmittelindustrie. Rund 75 % des Umsatzes werden außerhalb Spaniens erwirtschaftet.

12. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Nestlé	
Adresse / Website	Calle Clara Campoamor, 2 08950 Barcelona www.nestle.es
Kontakt	E-Mail: nestle@nestle.es Tel.: +34 93 480 51 00
Umsatz	ca. 2 Mrd. EUR (2020)
Mitarbeiterzahl	4 Tsd.
Profil	Nestlé ist der weltgrößte Nahrungsmittelkonzern und das größte Industrieunternehmen der Schweiz. Das Unternehmen wurde vor über 150 Jahren gegründet und verkauft Produkte in 186 Ländern. Zu den Produkten gehören u. a. Frühstückscerealien, Kaffee und Tee, Süßwaren, Milchprodukte, Eiscreme, Tiefkühlkost, Tiernahrung und Snacks. 29 der Nestlé-Marken erzielen einen Jahresumsatz von mehr als 1 Mrd. USD, darunter Nespresso, Nescafé, Kit Kat, Smarties, Nesquik, Stouffer's, Vittel und Maggi.

Weetabix Iberia S.L.	
Adresse / Website	Calle de Emilio Vargas, 20 28043 Madrid Spanien www.weetabix.es
Kontakt	E-Mail: consumerservice@weetabix.co.uk Tel.: +34 915150920
Umsatz	5 Mio. EUR
Mitarbeiterzahl	100
Profil	Weetabix Iberia S.L., von der britischen Firma Weetabix Limited, ist für die Herstellung von Frühstücksflocken verantwortlich, darunter Weetabix, Alpen, Crunchy Bran und Ready Brek. Das Unternehmen produziert außerdem Puffins-Müsli und Snackimals-Snacks über seine Abteilung Barbara's Bakery.

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

Oktober 2022

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Argus/stock.adobe.com

TEXT

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

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Alba Elena Scheffler

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

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

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

www.agrarexportfoerderung.de

