



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Lebensmittel im Foodservice in Spanien

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

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Inhaltsverzeichnis..... | 3 |
| Tabellenverzeichnis..... | 4 |
| Abbildungsverzeichnis..... | 4 |
| Abkürzungsverzeichnis..... | 5 |
| 1. Executive Summary..... | 6 |
| 2. Einleitung..... | 8 |
| 3. Aktuelle Wirtschaftslage und Ausblick..... | 10 |
| 4. Der spanische Lebensmittelmarkt..... | 13 |
| 4.1 Die spanische Lebensmittelindustrie..... | 14 |
| 4.2 Spanische Unternehmen der Lebensmittelindustrie..... | 16 |
| 4.3. Exporte von Lebensmitteln von Deutschland nach Spanien..... | 16 |
| 4.3.1 Milch und Molkereiprodukte..... | 18 |
| 4.3.2 Fleisch- und Fleischerzeugnisse..... | 19 |
| 4.3.3 Obst und Gemüse..... | 20 |
| 4.3.4 Alkoholische und nicht-alkoholische Getränke..... | 20 |
| 5. Einfuhr und Vertrieb von Lebensmitteln..... | 22 |
| 5.1 Etikettierung..... | 22 |
| 5.2 Verpackung..... | 23 |
| 5.3 Vertriebswege..... | 24 |
| 5.3.1 Lebensmittelgroßhandel..... | 25 |
| 5.3.2 Cash & Carry..... | 26 |
| 6. Der spanische Foodservice-Markt..... | 28 |
| 6.1 Hotels..... | 29 |
| 6.2 Restaurants..... | 30 |
| 6.3 Gemeinschaftsverpflegung..... | 33 |
| 7. Interkulturelle Besonderheiten im Geschäftsleben..... | 35 |
| 8. Chancen und Risiken für deutsche Lebensmittelausfuhren im Foodservice..... | 37 |
| 9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten..... | 39 |
| 9.1 Fachmessen..... | 39 |
| 9.2 Behörden..... | 40 |
| 9.3 Verbände und Institutionen..... | 40 |
| 9.4 Unternehmen..... | 41 |
| 9.4.1 Gemeinschaftsverpflegung..... | 41 |
| 9.4.2 Lebensmittelgroßhandel im Foodservice..... | 44 |
| 9.4.3 Cash & Carry..... | 56 |
| 9.5 Presse, Magazine, Zeitungen..... | 59 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|---|----|
| Tabelle 1: Wirtschaftsdaten für Spanien und Deutschland | 11 |
| Tabelle 2: Deutsche Lebensmittel-Exporte nach Spanien im Jahr 2020, Menge und Wert..... | 17 |
| Tabelle 4: Deutsche Fleisch-Exporte nach Spanien, 2019 und 2020, nach Wert (Auszug) | 19 |
| Tabelle 5: Deutsche Obst- und Gemüse-Exporte nach Spanien, 2019 und 2020, nach Wert (Auszug) | 20 |
| Tabelle 6: Deutsche Exporte alkoholischer und nicht-alkoholischer Getränke nach Spanien, 2019 und 2020, nach Wert (Auszug) | 21 |
| Tabelle 7: Größte Akteure der spanischen Quickservice-Systemgastronomie im Jahr 2020 .. | 31 |
| Tabelle 8: Größte Akteure der spanischen Fullservice-Systemgastronomie im Jahr 2020..... | 32 |
| Tabelle 9: Größte Akteure der spanischen Kaffee- und Teeengeschäfte im Jahr 2020..... | 32 |
| Tabelle 10: Wichtigste Zielgruppen der Gemeinschaftsverpflegung im Jahr 2020..... | 33 |
| Tabelle 11: SWOT-Analyse für den Wirtschaftsstandort Spanien | 37 |
| Tabelle 12: SWOT-Analyse für den spanischen Foodservice | 38 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abbildung 1: Haushaltsausgaben für Lebensmittel in % des Einkommens..... | 13 |
| Abbildung 2: Einteilung der Lebensmittel- und Getränkehersteller nach Teilsektoren (%).... | 15 |
| Abbildung 3: Beispiel Etiketteninhalt deutscher Lebensmittel im spanischen LEH. | 23 |
| Abbildung 4: Vertriebswege für Lebensmittel im Foodservice in Spanien. | 24 |
| Abbildung 5: Marktanteile im Cash-&-Carry Sektor (nach Umsätzen 2020). | 27 |
| Abbildung 6: Segmente des spanischen Foodservices (hier nur HoReCa) | 28 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|----------|--|
| a. n. g. | anderweitig nicht genannt |
| BIP | Bruttoinlandsprodukt |
| BMEL | Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft |
| EU | Europäische Union |
| F&B | engl.: Food and Beverage |
| FSR | engl.: Full-Service Restaurant |
| ggf. | gegebenenfalls |
| GTAI | Germany Trade & Invest GmbH |
| hl | Hektoliter |
| HoReCa | Hotel/Restaurant/Catering |
| k. A. | keine Angaben |
| kg | Kilogramm |
| kl | Kiloliter |
| LEH | Lebensmitteleinzelhandel |
| LGH | Lebensmittelgroßhandel |
| M. | Mail-Adresse |
| Mio. | Millionen |
| Mrd. | Milliarden |
| QSR | engl.: Quick Service Restaurant |
| t | Tonnen |
| T. | Telefon |
| tEUR | Tausend Euro |
| USD | US-Dollar |
| USt. | Umsatzsteuer |
| VR | Veränderungsrate |
| W. | Website |

1. Executive Summary

Die spanische Wirtschaft und auch die spanische Lebensmittelindustrie sind stark von der Covid-19-Pandemie betroffen. Das Krisenjahr 2020 brachte einen Rückgang des Produktionswerts der spanischen Lebensmittelindustrie um 5,3 % auf 129,9 Mrd. Euro im Vergleich zum Vorjahr mit sich. Positiv entwickelt haben sich im Jahr 2020 die Ausfuhren des spanischen Lebensmittel-Sektors. Sie wuchsen im Vergleich zum Vorjahr um 4,4 % auf 33,9 Mrd. Euro an.

Mit Deutschland pflegt Spanien enge Handelsbeziehungen. So exportierte Deutschland im Jahr 2021 Lebensmittel im Wert von etwa 2,7 Mrd. Euro nach Spanien. Die wertmäßig größten Ausfuhren entfielen auf Fleisch und Fleischwaren, Backwaren, Käse sowie Milch und Milcherzeugnisse.

Der spanische Foodservice – Hotel/Restaurant/Catering (HoReCa) und Gemeinschaftsverpflegung – hat durch die pandemiebedingten Lockdowns und Beschränkungen in den Jahren 2020 und 2021 ebenfalls erhebliche Umsatzeinbußen hinnehmen müssen. Besonders betroffen war der Bereich HoReCa. Die Covid-19-Pandemie führte im Jahr 2020 zu einem Rückgang der Umsätze des Restaurant-Sektors von 30 % gegenüber dem Jahr 2019.

Die spanische Gemeinschaftsverpflegung weist folgende Struktur auf: Krankenhäuser/Alters- und Pflegeheime (43 %), Schulen (34 %) und Unternehmen (17 %). Der Sektor entwickelte sich während der Covid-19-Pandemie ebenfalls rückläufig, allerdings unterschiedlich je nach Segment. Vergleichsweise geringer betroffen war der erstgenannte Bereich.

Für deutsche Exporteure besteht die Möglichkeit, die Belieferung des spanischen Foodservice hauptsächlich indirekt über den (importierenden) Großhandel sowie Cash & Carry, in einem geringeren Maß über den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) zu realisieren. Der spanische Foodservice bezieht seine Lebensmittel von dort. Direkte Lieferungen an die Unternehmen der Gemeinschaftsverpflegung übernehmen in der Regel die spanischen Hersteller, für ausländische Lieferanten erweisen sich diese als eher schwierig. Bei der Mehrzahl der Unternehmen überwiegt der Vertrieb spanischer Produkte deutlich. Für die erfolgreiche Belieferung des spanischen Foodservice ist deshalb ein importierender Großhändler mit passendem Kundenstamm entscheidend.

Mit der Covid-19-Pandemie gingen auch neue Trends im spanischen Foodservice einher. Das vermehrte Arbeiten von zu Hause brachte einen starken Rückgang des traditionell weit verbreiteten Außer-Haus-Verzehrs von Tagesmenüs in Restaurants mit sich. Stattdessen

1. Executive Summary

nahmen Mahlzeiten im privaten Umfeld zu, darunter Angebote zum Mitnehmen (*Take away*) und zur Lieferung (*Delivery*). Für die Hotels, von denen im November 2021 nur etwa 70 % im Vergleich zum Jahr 2019 in Betrieb waren, steigt die Bedeutung des Segments Food & Beverage (F & B). Neben der Übernachtung rücken die Restaurants, Bars und Cafés der Hotels sowohl für Reisende als auch für Einheimische ins Blickfeld. Einige Hotels bieten nun auch *Take away* und *Delivery* an. Darüber hinaus sind zunehmend Foodservice-Angebote im spanischen Supermarkt anzutreffen. Zudem fragen die spanischen Konsumenten vermehrt gesündere Lebensmittel, auch im Foodservice, nach.

Interessante Entwicklungen zeigen auch die Vertriebskanäle Lebensmittelgroßhandel (LGH) und Cash & Carry, die beide in erheblichem Maß den stark von der Covid-19-Pandemie betroffenen HoReCa-Bereich beliefern und sich deshalb breiter aufstellen mussten. Die Unternehmen des LGH kompensierten die zeitweise komplett weggebrochenen Umsätze im HoReCa-Bereich durch die Ansprache neuer Kundengruppen in der Gemeinschaftsverpflegung. Der Kanal Cash & Carry verzeichnete durchschnittliche Umsatzrückgänge in Höhe von 30 % im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr. Reagiert wurde mit einer Neuorientierung auf bis dahin eher weniger wichtige Segmente, wie Alters- und Pflegeheime sowie kleine Einzelhandelsunternehmen.

2. Einleitung

Das Königreich Spanien (Reino de España) – mit seiner Hauptstadt Madrid – ist flächenmäßig das zweitgrößte Land der Europäischen Union (EU) und liegt im Südwesten Europas. Außerdem erstreckt sich das Staatsgebiet auf die Balearischen Inseln im Mittelmeer, die Kanarischen Inseln im Atlantik und die zwei Exklaven Ceuta und Melilla in Nordafrika. Die Bevölkerungszahl beträgt 47,4 Mio. Einwohner. Als Amtssprache gilt Spanisch, wobei in einigen autonomen Gemeinschaften auch Katalanisch, Galicisch und Baskisch als zusätzlich anerkannte Amtssprachen hinzukommen. Als Einheitsstaat untergliedert sich Spanien in 17 autonome Gemeinschaften (*Comunidades Autónomas, CCAA*), entfernt vergleichbar mit den deutschen Bundesländern. Infolge der Zuweisung wichtiger staatlicher Funktionen (u. a. Erziehungs- und Gesundheitswesen) an diese haben dezentrale Elemente an Gewicht gewonnen. Das politische System Spaniens ist eine parlamentarische Demokratie und eine konstitutionelle Monarchie mit dem Regierungschef (Ministerpräsident Pedro Sánchez) sowie dem Staatsoberhaupt (König Felipe VI.¹).² Im Januar 1986 trat Spanien der EU bei, im März 1995 wurde es Mitglied des Schengen-Raums und im Januar 2002 führte es den Euro als offizielles Zahlungsmittel ein.³

Die Studie beginnt mit einem gesamtwirtschaftlichen Überblick, in dem sie wichtige Kennzahlen zwischen Deutschland und Spanien vergleicht und die ökonomischen Folgen der Covid-19-Pandemie beleuchtet. Im Anschluss erläutert sie den spanischen Lebensmittelmarkt und die Lebensmittelindustrie, zeigt die aus Deutschland importierten Lebensmittel auf und geht auf die für den Foodservice wichtigsten Importprodukte aus Deutschland ein. Daraufhin nennt sie die rechtlichen Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Lebensmitteln, befasst sich mit den Anforderungen an Etikettierung und Verpackung und stellt die Vertriebswege in Spanien vor. Dann rückt der spanische Foodservice-Markt detaillierter in den Vordergrund. Der erste Teil dieses Kapitels behandelt das Segment Hotels. Dem schließen sich die Unterkapitel Restaurants und Gemeinschaftsverpflegung an. Im Folgenden arbeitet die Studie die zu berücksichtigenden interkulturellen Besonderheiten im Geschäftsbereich heraus. Das anschließende Kapitel setzt sich mit den Chancen und Risiken für deutsche Exporteure im spanischen Foodservice auseinander. Die Studie endet mit einer ausführlichen Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten, inklusive Behörden- und Unternehmensadressen.

¹ Stand: Januar 2022.

² INE Instituto Nacional de Estadística (2022): Spain in Figures 2021. URL: https://www.ine.es/ss/Satellite?c=INEPublicacion_C&cid=1259924856416&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalleGratis&L=1, aufgerufen am 09.02.2022.

³ Europäische Union (2022): Spanien. URL: https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/spain_de, aufgerufen am 07.01.2022,

2. Einleitung

Zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses dieser Publikation (März 2022) lagen vollständige Daten zu den meisten der in dieser Marktstudie dargestellten Themen nur für das Jahr 2020 vor. In diesem werden gegenüber dem Vorkrisenjahr fast ausnahmslos Rückgänge ausgewiesen. Für das Jahr 2021 ist nach den ersten vorläufigen Zahlen eine Konsolidierung auf dem Niveau des Vorjahres, teilweise aber auch eine Erholung und Annäherung an die Werte des Jahres 2019 festzustellen. Die weitere Entwicklung hängt stark vom Pandemie-Geschehen und den mit ihm verbundenen Auswirkungen auf die meisten Sektoren des Bereichs Foodservice ab.

3. Aktuelle Wirtschaftslage und Ausblick

Spanien ist das von der Covid-19-Pandemie wirtschaftlich am stärksten betroffene Land der Europäischen Union (EU). Die spanische Regierung unterstützt die Wirtschaft vor allem mit Kurzarbeitergeld und Bürgschaften für Unternehmenskredite. So flossen im Jahr 2020 Direkthilfen in Höhe von 44,9 Mrd. Euro, davon 29,3 Mrd. Euro in die Wirtschaft. Im Jahr 2021 verringerten sich die Direkthilfen für die Wirtschaft auf prognostizierte 20 Mrd. Euro. Zur Finanzierung der Kurzarbeit, die zum Höhepunkt der Pandemie ca. 4,8 Mio. Arbeitnehmende vor der Entlassung schützte, erhielt Spanien 21,3 Mrd. Euro aus EU-Mitteln. Im ersten Quartal 2021 betrug die Staatsverschuldung Spaniens 125,2 %.⁴

Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) sank im Jahr 2020 um 10,8 % auf 1.122 Mrd. Euro. Für das Jahr 2021 wird mit einem Wachstum in Höhe von 4,6 % gerechnet, womit das BIP auf 1.206 Mrd. Euro steigen dürfte. Die Germany Trade & Invest (GTAI) geht auch in den Jahren 2022 und 2023 von einem Wachstum des BIP aus und gibt dieses entsprechend mit 5,5 % und 4,4 % an.⁵ Aus EU-Mitteln erhält Spanien im Rahmen des spanischen Wiederaufbauplans rund 140 Mrd. Euro, um in Nachhaltigkeit und Digitalisierung zu investieren. Davon fließen 69,5 Mrd. Euro bis zum Jahr 2026 als direkte Zuschüsse.⁶ Die Tabelle 1 vergleicht die wichtigsten Wirtschaftsdaten für Spanien und Deutschland.

⁴ Idem, Oliver, Germany Trade & Invest (Stand: 13.12.2021a): Wirtschaftliche Trendwende mit Risiken. URL: <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/specials/special/spanien/wirtschaftliche-trendwende-mit-risiken-234604>, aufgerufen am 06.01.2022.

⁵ GTAI (2021a): Wirtschaftsdaten kompakt Spanien, November 2021.

⁶ Idem, Oliver, Germany Trade & Invest (Stand: 13.12.2021a): Wirtschaftliche Trendwende mit Risiken. URL: <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/specials/special/spanien/wirtschaftliche-trendwende-mit-risiken-234604>, aufgerufen am 06.01.2022.

3. Aktuelle Wirtschaftslage und Ausblick

Tabelle 1: Wirtschaftsdaten für Spanien und Deutschland

| Kriterium | | Spanien | Deutschland |
|--|----------------------------------|--------------------|--------------------|
| Einwohner im Jahr 2021 in Mio. | | 46,7 | 83,3 |
| Bevölkerungswachstum in %, 2021 zum Vorjahr | | 0 % | 0,1 % |
| BIP im Jahr 2021 in Mrd. Euro | | 1.206 | 3.542 |
| Pro-Kopf-Einkommen (nominal) in Euro, 2021 | | 25.568 | 42.524 |
| Wirtschaftswachstum 2019 (real zum Vorjahr in %) | Bergbau/Industrie | +1,7 % | -3,6 % |
| | Handel/Gaststätten/Hotels | +2,1 % | +2,8 % |
| | Transport/Logistik/Kommunikation | +4,0 % | +2,1 % |
| | Bau | +4,3 % | +3,5 % |
| | Land-/Forst-/Fischereiwirtschaft | -2,3 % | +3,7% |
| | Sonstige | k. A. | k. A. |
| BIP-Entstehung 2019 (Anteil an nominaler Bruttowertschöpfung in %) | Bergbau/Industrie | 16,1 % | 24,2 % |
| | Handel/Gaststätten/Hotels | 18,8 % | 11,7 % |
| | Transport/Logistik/Kommunikation | 8,5 % | 9,3 % |
| | Bau | 6,4 % | 5,4 % |
| | Land-/Forst-/Fischereiwirtschaft | 2,9 % | 0,8 % |
| | Sonstige | 47,2 % | 48,6 % |
| Erwerbsquote 2020 ⁷ | | 56,3 % | 60,6 % |
| Arbeitslosenquote 2021 | | 15,2 % | 3,6 % |
| Inflationsrate 2021 | | 3,0 % ⁸ | 3,2 % ⁹ |
| Korruptionswahrnehmungs-Index 2020 | | Rang 32 von 180 | Rang 9 von 180 |

Quellen: Alle Daten zu Spanien beziehen sich, außer anders gekennzeichnet, auf: GTAI (2021a): Wirtschaftsdaten kompakt Spanien, November 2021. Alle Daten zu Deutschland beziehen sich, außer anders gekennzeichnet, auf GTAI (2021b): Wirtschaftsdaten kompakt Deutschland, November 2021.

Im Jahr 2020 importierte Spanien insgesamt Waren im Wert von 288,7 Mrd. Euro¹⁰, was einem Rückgang um 12,2 % zum Vorjahr entsprach. Die Exporte des Landes beliefen sich auf 273,2 Mrd. Euro und nahmen um 7,5 % ab. Lebensmittel stellten mit 15,7 % der Gesamtausfuhren den größten Posten der Ausfuhr Güter dar. Dagegen standen importierte Lebensmittel mit 9,2 % der Gesamteinfuhren an dritter Stelle der Einfuhrwaren. Die vier

⁷ Destatis (Stand: 04.10.2021): Basistabelle Erwerbsquote, 15+, nach Daten der ILOSTAT, Internationale Arbeitsorganisation (ILO). URL: https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Internationales/Thema/Tabellen/Basistabelle_Erwerbstaetige.html, aufgerufen am 20.12.2021.

⁸ Inflation.eu (2022a): Historische harmonisierte Inflation Spanien – HVPI, URL: <https://www.inflation.eu/de/inflationsraten/spanien/historische-inflation/hvpi-inflation-spanien.aspx>, aufgerufen am 16.02.2022.

⁹ Inflation.eu (2022b): Historische harmonisierte Inflation Deutschland – HVPI, URL: <https://www.inflation.eu/de/inflationsraten/deutschland/historische-inflation/hvpi-inflation-deutschland.aspx>, aufgerufen am 16.02.2022.

¹⁰ Wechselkursberechnung anhand des Jahresdurchschnitts 2020 von Europäische Zentralbank (2022): Statistik, Euro-Referenzkurse. URL: https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/eurofxref-graph-usd.de.html, aufgerufen am 31.01.2022.

3. Aktuelle Wirtschaftslage und Ausblick

wichtigsten Lieferländer für Waren nach Spanien sind Deutschland (11,8 %), China (10,2 %), Frankreich (9,9 %) und Italien (6,2 %).

Mit Blick auf die Handelsbeziehungen innerhalb der EU im Jahr 2020 lagen die Ausfuhren Spaniens bei 162,7 Mrd. Euro (-12,9 % zum Vorjahr) und die Einfuhren bei 157 Mrd. Euro (- 7,7 % zum Vorjahr). Gemessen an den Gesamtimporten beträgt der Anteil der Einfuhren aus der EU fast 48 %; bei den EU-Exporten sind es 52 %. Mit Deutschland beliefen sich die spanischen Importe auf 37,6 Mrd. Euro und die Exporte auf 31,3 Mrd. Euro. Lebensmittel nehmen bei den spanischen Exporten nach Deutschland den zweitgrößten Posten mit 17,6 % (rund 5,51 Mrd. Euro) ein, wohingegen sie bei den Importen aus Deutschland nur den sechsten Rang mit 5,3 % (rund 2 Mrd. Euro) belegen.¹¹

¹¹ GTAI (2021a): Wirtschaftsdaten kompakt Spanien, November 2021.

4. Der spanische Lebensmittelmarkt

Die Ausgaben spanischer Verbraucher für Lebensmittel beliefen sich im Jahr 2020 auf insgesamt rund 102 Mrd. Euro. Davon entfielen 77,7 % auf den häuslichen und 22,3 % auf den Außer-Haus-Verbrauch. Gegenüber dem Vorjahr war dies ein Rückgang um 3,2 %, einhergehend mit einer Verringerung des Außer-Haus-Verbrauchs um 36,8 %. Der Zuwachs von 14,2 % beim häuslichen Verbrauch glich diesen Rückgang jedoch nur teilweise aus. Beide Effekte sind der Covid-19-Pandemie zuzuschreiben.¹²

Die spanischen Haushalte gaben im Jahr 2019 im Durchschnitt 7.009 Euro für Lebensmittel aus, was ca. 16,4 % des verfügbaren Haushaltseinkommens entsprach (zum Vergleich Deutschland: 6.776 Euro und 14 % des verfügbaren Haushaltseinkommens).¹³ Die folgende Abbildung 1 zeigt die Entwicklung der Haushaltsausgaben in Spanien und in Deutschland.

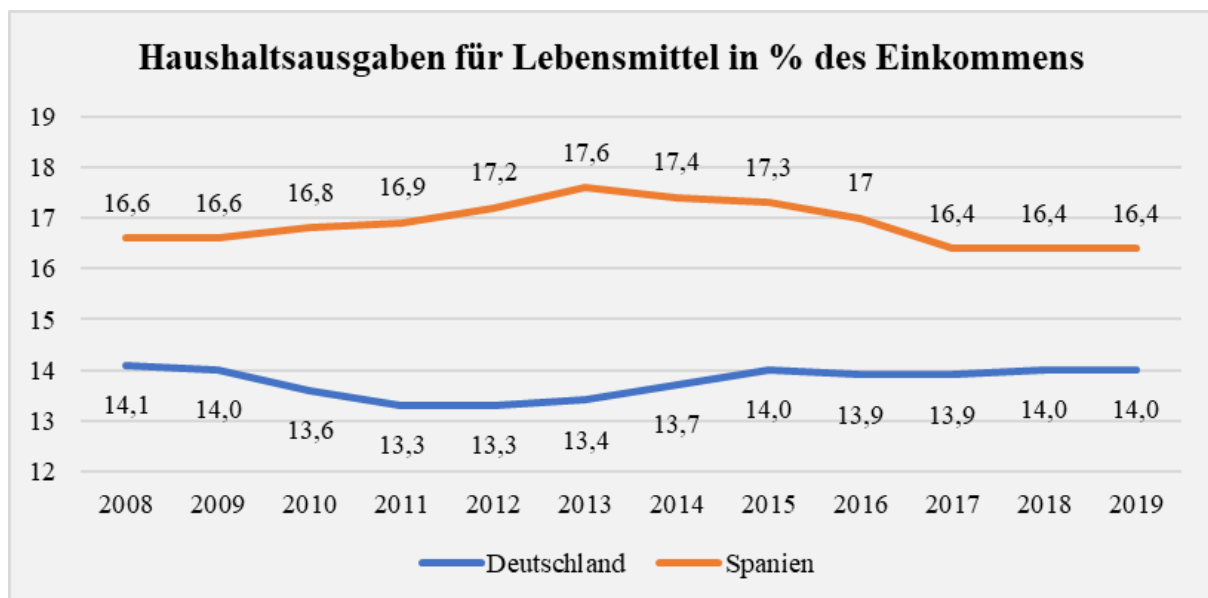


Abbildung 1: Haushaltsausgaben für Lebensmittel in % des Einkommens

Quelle: GlobalData (2021): Spanien – Macroeconomic Data, eigene Recherche in der Datenbank, aufgerufen am 20.12.2021.

Für das Jahr 2021 prognostizierte das Beratungsunternehmen NielsenIQ für den spanischen Lebensmittelvertrieb einen wertmäßigen Zuwachs von 0,4 % gegenüber dem starken Vorjahr. Die hohe Inflation im Land hemmt die Aussichten für einen weiteren Nachfrageanstieg im Jahr 2022. Spanische Lebensmittelhersteller sehen sich vor allem gestiegenen Kosten für Rohstoffe, Energie und Transport gegenüber.¹⁴ Unterstützt werden soll die inländische Lebensmittelproduktion durch das Projekt *PERTE de la cadena agroalimentaria inteligente y*

¹² Fruits CMR S.A.U. (2021): Alimentación in España 2021. URL: https://www.mercasa.es/media/publicaciones/290/AEE_2021_web.pdf, aufgerufen am 07.02.2022.

¹³ GlobalData (2021): Spanien – Macroeconomic Data, eigene Recherche in der Datenbank, aufgerufen am 20.12.2021.

¹⁴ Idem, Oliver, Germany Trade & Invest (Stand: 16.12.2021): EU-Gelder geben Impulse für viele Projekte. URL: <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/branchen/branchencheck/spanien/eu-gelder-geben-impulse-fuer-viele-projekte-247254>, aufgerufen am 06.01.2022.

4. Der spanische Lebensmittelmarkt

sostenible mit Fördermitteln in Höhe von einer Mrd. Euro aus dem spanischen Aufbau- und Resilienz-Plan zur Überwindung der Covid-19-Pandemie. Ziele sind die Digitalisierung von Prozessen und die Einführung von Innovationen in der gesamten Wertschöpfungskette, einhergehend mit einer gesteigerten Wettbewerbsfähigkeit, der Erzeugung nachhaltigerer Lebensmittel und die Rückverfolgbarkeit/Lebensmittelsicherheit. Für das Exportgeschäft werden der vermehrte Absatz der Lebensmittel sowie der Technologien als Ziele genannt. Nach Angaben des spanischen Lebensmittel- und Getränkeverbands *FIAB*¹⁵ betragen im Jahr 2020 der Produktionswert von Getränken und Lebensmitteln 129,9 Mrd. Euro und die Bruttowertschöpfung ca. 25 Mrd. Euro.¹⁶

4.1 Die spanische Lebensmittelindustrie

Die spanische Lebensmittelindustrie trägt mit einem Anteil von 2,4 % zur Wertschöpfung der gesamten spanischen Wirtschaft bei und stellt mit 14,8 % eines der wichtigsten Industriezweige des Landes dar. Nach der Zahl der Unternehmen rangiert der Bereich Brot-, Back- und Teigwaren mit ca. 38 % an erster Stelle, bedingt dadurch, dass auch kleine traditionelle Bäckereien in den Wert einfließen. Weitere wichtige Bereiche sind die Herstellung von Getränken (17 %), die Fleisch- und fleischverarbeitende Industrie (12 %), die Milch- und Molkereiindustrie (6 %) sowie der Bereich Obst- und Gemüseverarbeitung (5 %). Bei der Wertschöpfung steht die Fleisch- und fleischverarbeitende Industrie im Vordergrund, gefolgt vom Bereich Molkereiprodukte. Die Gewichtung der Teilsektoren der Lebensmittel- und Getränkeherstellung wird aus der nachfolgenden Abbildung 2 ersichtlich.¹⁷

¹⁵ Website: <https://fiab.es/>.

¹⁶ Idem, Oliver, Germany Trade & Invest (Stand: 14.09.2021): Eine Milliarde Euro für die Nahrungsmittelproduktion. URL: <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/branchen/branchenmeldung/spanien/eine-milliarde-euro-fuer-die-nahrungsmittelproduktion-698732>, aufgerufen am 06.01.2022.

¹⁷ Bain and EY (2020): Impacto de COVID 19 en hostelería en España. URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/news/2020/04/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana.pdf, aufgerufen am 07.02.2022.

4. Der spanische Lebensmittelmarkt

Einteilung der Lebensmittel- und Getränkehersteller in Teilsektoren nach Anzahl der Unternehmen im Jahr 2020

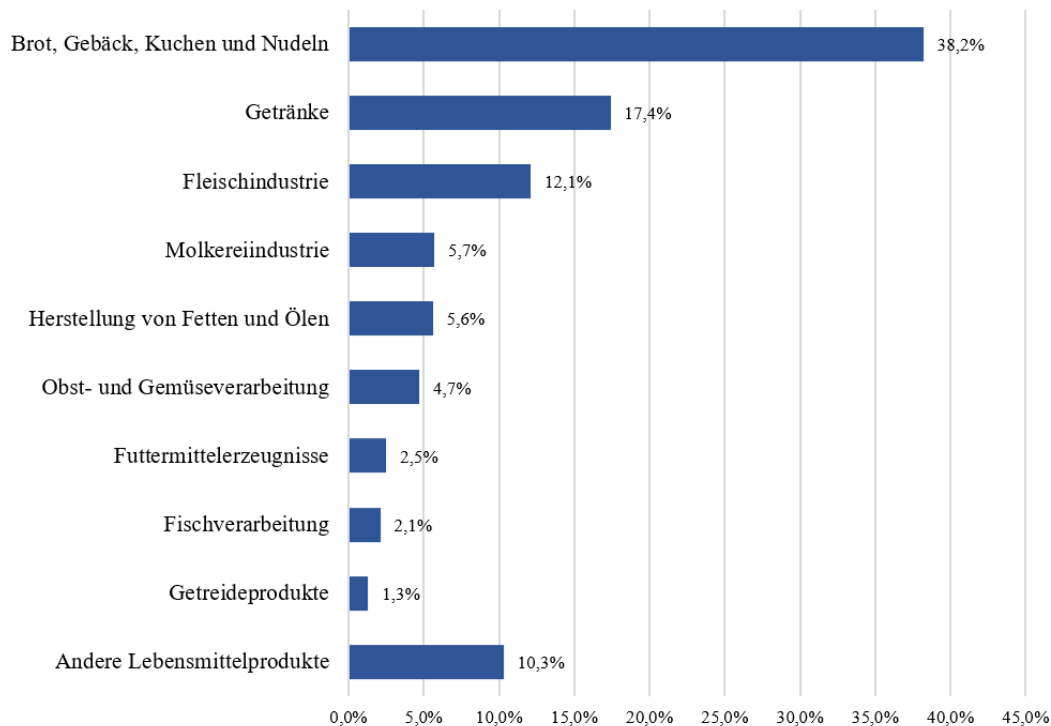


Abbildung 2: Einteilung der Lebensmittel- und Getränkehersteller nach Teilsektoren (%)

Quelle: eigene Darstellung, basierend auf FIAB (2021): Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas.

Die spanische Lebensmittelindustrie setzte im Jahr 2020 ca. 80 % ihrer Produktion im Inland ab und lag damit deutlich über dem Industrie-Durchschnitt von 67 %. Das Krisenjahr brachte für die spanische Lebensmittelindustrie, wie auch für alle anderen Sektoren der spanischen Wirtschaft, einen massiven, allerdings nach Produktgruppen und Zielmärkten unterschiedlich starken, Einbruch mit sich. Für einige Produktgruppen wird dies in Kapitel 4.3 ausführlicher dargestellt. Der Produktionswert ging im Vergleich zum Vorjahr um 5,3 % auf 129,9 Mrd. Euro zurück, hauptsächlich verursacht durch den Nachfragerückgang im Hotel- und Gaststättengewerbe, den auch der gestiegene häusliche Verzehr nicht ausgleichen konnte.¹⁸

Positiv entwickelten sich die Ausfuhren des Sektors. Sie wuchsen im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr um 4,4 % auf 33,9 Mrd. Euro an. In erster Linie lag dies an den Exporten von Fleisch nach China, bei denen die spanischen Unternehmen von den Einfuhrbeschränkungen für Schweinefleisch aufgrund der Afrikanischen Schweinepest gegenüber anderen traditionellen Lieferländern (zuletzt Italien) profitieren konnten. Hauptabnehmer spanischer Lebensmittel waren im Jahr 2020 Länder der EU, angeführt von Frankreich (14,5 %),

¹⁸ Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2021, S.78): "Mapa, Industria Alimentaria". URL: https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/informe_anual_indicadores_mapa_2020_tcm30-582517.pdf, aufgerufen 14.02.2022.

4. Der spanische Lebensmittelmarkt

Portugal (10,2 %), Italien (10,1 %) Großbritannien (6,3 %) und Deutschland (5,5 %). Außerhalb der EU sind neben China (11 %) die USA (5,6 %) und Japan (2,6 %) wichtige Exportzielländer.¹⁹

4.2 Spanische Unternehmen der Lebensmittelindustrie

Im Jahr 2020 waren in der spanischen Lebensmittelindustrie 30.573 Unternehmen und 443.689 Arbeitnehmende tätig. Die sich daraus ergebende durchschnittliche Mitarbeiterzahl von unter 15 entspricht der für die gesamte spanische Industrie typischen geringen und unter verschiedenen Aspekten (Produktivität, internationale Wettbewerbsfähigkeit) problematischen Betriebsgröße. Bei knapp 80 % der Unternehmen handelt es sich um Mikrounternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitenden, bei 17 % um Kleinunternehmen mit 11 bis 50 Mitarbeitenden, meist als Familienbetriebe. Lediglich 3 % der Unternehmen gelten als mittelständisch und nur 229 Unternehmen beschäftigten über 250 Mitarbeitende. Im Krisenjahr 2020 lag im Vergleich zum Vorjahr der Rückgang bei der Zahl der Unternehmen bei 157, was ein Minus von 0,5 % bedeutet. Gleichzeitig bauten die Unternehmen 3,6 % der Arbeitsplätze ab.²⁰

4.3. Exporte von Lebensmitteln von Deutschland nach Spanien

Die Exporte deutscher Lebensmittel nach Spanien beliefen sich im Jahr 2020 auf insgesamt 2,7 Mrd. Euro und 1.482.053 t. Damit sank der Wert der Exporte um 6,4 % im Vergleich zum Vorjahr, das Volumen der Exporte nahm dagegen um 10 % zu. Die wertmäßig größten Lebensmittel-Ausfuhren verzeichnen Fleisch und Fleischwaren, Backwaren, Käse sowie Milch und Milcherzeugnisse.²¹ Die folgende Tabelle bildet die Warengruppen nach Wert und Menge sowie die jeweilige Veränderungsrate (VR) im Vergleich zum Vorjahr ab. Hierbei trafen die Autoren der Studie eine für den Foodservice relevante Auswahl der Warengruppen. Die Werte für die Kategorie-Überschriften sowie die Ausfuhren insgesamt beinhalten auch die Werte der nicht dargestellten Warengruppen, also die Gesamtexporte (der Kategorie).

¹⁹ Fruits CMR S.A.U. (2021): Alimentación in España 2021. URL: https://www.mercasa.es/media/publicaciones/290/AEE_2021_web.pdf, aufgerufen am 07.02.2022, S. 25.

²⁰ Ebenda, S. 23.

²¹ Statistisches Bundesamt (2021), eigene Recherche in der AMI-Datenbank, 20.12.2021.

4. Der spanische Lebensmittelmarkt

Tabelle 2: Deutsche Lebensmittel-Exporte nach Spanien im Jahr 2020, Menge und Wert

| Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse) | 2020 in tEUR | VR in % | 2020 in t | VR in % |
|--|-------------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| Nahrungsmittel tierischen Ursprungs | 867.594 | -9,4 | 300.642 | -9,0 |
| - Milch und Milcherzeugnisse | 219.835 | -2,4 | 110.560 | -6,4 |
| - Butter | 18.543 | 3,6 | 4.968 | 14,0 |
| - Käse | 228.025 | -10,3 | 68.127 | -12,3 |
| - Fleisch und Fleischwaren | 288.417 | -13,4 | 91.666 | -5,5 |
| - Fische und Fischzubereitungen | 64.681 | -13,4 | 9.566 | -15,9 |
| - Tierische Öle und Fette | 2.677 | -11,6 | 2.318 | -17,6 |
| - Eier, Eiweiß und Eigelb | 6.325 | -36,7 | 1.325 | -46,3 |
| - Nahrungsmittel tierischen Ursprungs, a. n. g. | 35.515 | 5,9 | 9.335 | -18,2 |
| Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs | 1.160.023 | 2,6 | 1.059.340 | 19,4 |
| - Getreideerzeugnisse | 29.224 | 10,5 | 39.774 | 6,9 |
| - Backwaren und andere Zubereitungen aus Getreide | 241.885 | -6,7 | 104.608 | -7,6 |
| - Kartoffeln und Kartoffelerzeugnisse | 17.370 | -25,5 | 19.909 | -17,7 |
| - Gemüse und sonstige Küchengewächse, frisch | 7.234 | 18,0 | 11.067 | 24,9 |
| - Frischobst, ausgenommen Südfrüchte | 5.247 | 20,5 | 4.665 | 52,6 |
| - Südfrüchte | 3.403 | 209,9 | 3.167 | 385,7 |
| - Schalen- und Trockenfrüchte | 89.640 | 8,0 | 11.600 | 8,4 |
| - Gemüsezubereitungen und -konserven | 24.258 | 4,2 | 11.756 | 1,0 |
| - Obstzubereitungen und -konserven | 27.447 | 8,4 | 11.607 | 3,2 |
| - Obst- und Gemüsesäfte | 8.548 | 0,9 | 11.619 | 2,6 |
| - Kakao und Kakaoerzeugnisse | 146.833 | -7,8 | 37.880 | -1,4 |
| - Gewürze | 8.755 | 2,9 | 1.759 | 17,3 |
| - Zuckerrüben, Zucker und Zuckererzeugnisse | 56.753 | -2,4 | 66.663 | -7,8 |
| - Pflanzliche Öle und Fette | 21.891 | -7,3 | 11.230 | -25,6 |
| - Nahrungsmittel pflanzlichen Ursprungs, a. n. g. | 223.600 | -0,7 | 81.596 | -14,8 |
| Genussmittel | 662.761 | -15,5 | 117.272 | -6,6 |
| - Kaffee | 131.393 | 1,4 | 44.259 | -0,8 |

4. Der spanische Lebensmittelmarkt

| Zeitraum (vorläufige Jahresergebnisse) | 2020 in tEUR | VR in % | 2020 in t | VR in % |
|---|-------------------------|--------------------|----------------------|--------------------|
| - Tee und Mate | 11.397 | 2,1 | 1.577 | 0,6 |
| - Bier | 32.048 | -17,2 | 36.159 | -8,7 |
| - Branntwein | 31.974 | -46,8 | 8.093 | -18,8 |
| - Wein | 8.317 | -20,6 | 7.501 | 9,4 |
| Insgesamt | 2.705.546 | -6,4 | 1.482.053 | 10,0 |

Quelle: Statistisches Bundesamt (2021), eigene Recherche in der AMI-Datenbank, 20.12.2021.

Die folgenden Unterkapitel stellen als Auszug aus der Tabelle 2 einzelne Produktgruppen vor, die im Lebensmittelexport Deutschlands nach Spanien eine führende Rolle einnehmen und bei denen angenommen werden kann, dass sie auch in den Sektoren des Foodservice Verwendung finden. Detaillierte statistische Daten zu dem zweitgenannten Aspekt liegen nicht vor. Beobachtungen in Spanien legen die Vermutung nahe, dass der deutlich überwiegende Anteil der Lieferungen dieser Produkte in den spanischen Einzelhandel und dort in erheblichem Umfang an die spanischen Niederlassungen der deutschen Discounter *Lidl* und *Aldi* sowie an die Cash-&-Carry-Gruppe *Makro* geht. Allerdings bezieht die spanische Tochtergesellschaft des Unternehmens *Lidl* einen Anteil von 73 % seiner insgesamt 1.900 Referenzen von ca. 850 spanischen Lieferanten. Dies entspricht einem Wert von 5,2 Mrd. Euro. Die aus Deutschland importierten Produkte (auch solche außerhalb des Bereichs Lebensmittel) gelangen zu 86 % als eigene Handelsmarken des Unternehmens auf den Markt.²² Inwieweit mit den in der voranstehenden Tabelle aufgeführten Lebensmitteln neben dem spanischen Einzelhandel auch die Segmente des spanischen Foodservices erreicht werden können, hängt von der Ausrichtung der jeweiligen importierenden Großhändler ab.

4.3.1 Milch und Molkereiprodukte

Der Produktionswert der spanischen Milcherzeuger lag im Jahr 2020 bei 3,2 Mrd. Euro. Etwa 75 % hiervon entfielen auf Kuhmilch, 13 % auf Schafsmilch und 12 % auf Ziegenmilch. Die Handelsbilanz des Sektors ist deutlich defizitär. Spanien importierte im Jahr 2020 ca. 712.000 t Milch und exportierte 524.000 t. Hauptlieferländer waren Frankreich und Portugal. Überwiegend wurden Käse, Joghurt und Milch eingeführt.²³ Die wichtigsten aus Deutschland nach Spanien exportierten Produkte zeigt die Tabelle 3.

²² Firmeninformation Lidl Supermercados, S.A.U., URL: https://www.alimarket.es/buscador_empresas_resultados/empresa-Lidl, aufgerufen am 14.02.2022.

²³ Fruits CMR S.A.U. (2021): Alimentación in España 2021. URL: https://www.mercasa.es/media/publicaciones/290/AEE_2021_web.pdf, S. 25, aufgerufen am 07.02.2022, S. 209.

4. Der spanische Lebensmittelmarkt

Tabelle 3: Deutsche Molkerei-Exporte nach Spanien, 2019 und 2020, nach Wert (Auszug)

| Milch- und Milcherzeugnisse | 2019 (in tEUR) | 2020 (in tEUR) |
|---|-----------------------|-----------------------|
| Milchgetränke | 66.100 | 66.304 |
| Joghurt, Buttermilch, Kefir, Sauerrahm, flüssig | 56.631 | 53.720 |
| Speiseeis | 35.118 | 33.824 |

Quelle: Statistisches Bundesamt (2021), eigene Recherche in der AMI-Datenbank, 08.02.2022.

4.3.2 Fleisch- und Fleischerzeugnisse

Die Erzeugung und die Verarbeitung von Fleisch stellen die wichtigsten Sektoren der spanischen Agrarindustrie dar. In der Erzeugung arbeiteten im Jahr 2020 mehr als 500.000 Arbeitnehmende, der Produktionswert lag bei 15,6 Mrd. Euro. Der Sektor Verarbeitung beschäftigte im Jahr 2020 in 3.614 Betrieben etwa 111.000 Arbeitnehmende. Der Produktionswert betrug ca. 24,9 Mrd. Euro. Hauptsächliches Produkt ist Schweinefleisch mit einem Anteil von 43 % an der Gesamtproduktion und einem Produktionswert von 8,6 Mrd. Euro. Spanien zählt damit nach China, den USA und Deutschland zu den wichtigsten Produzenten von Schweinefleisch. Der zweitwichtigste Sektor, Rindfleisch, erreicht einen Produktionswert von 3,1 Mrd. Euro.²⁴ Die vorrangig aus Deutschland nach Spanien exportierten Produkte innerhalb dieser Gruppe ergeben sich aus der folgenden Tabelle 4.

Tabelle 4: Deutsche Fleisch-Exporte nach Spanien, 2019 und 2020, nach Wert (Auszug)

| Fleisch und Fleischwaren | 2019 (in tEUR) | 2020 (in tEUR) |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Rindfleisch, frisch oder gekühlt | 102.806 | 63.666 |
| Zubereitungen aus Geflügelfleisch | 68.557 | 55878 |
| Geflügelfleisch | 43.553 | 51.239 |
| Würste und ähnliche Erzeugnisse | 33.719 | 34.980 |
| Schweinefleisch, frisch oder gekühlt | 18.603 | 24.223 |

Quelle: Statistisches Bundesamt (2021), eigene Recherche in der AMI-Datenbank, 08.02.2022.

Zum Thema „Der Markt für Fleisch in Spanien“ liegt eine detaillierte Adressrecherche des BMEL vor: „Der Markt für Fleisch in Spanien“, URL: https://www.agrarexportfoerderung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Laenderbericht_2021/Adressrecherche_Spanien_09092021.pdf.

²⁴ Ebenda, S. 240.

4.3.3 Obst und Gemüse

Spanien stellt mit einem Anteil von 22 % den wichtigsten Produzenten von Obst und Gemüse innerhalb der EU und nimmt im weltweiten Vergleich den fünften Rang ein. Die Gesamtproduktion belief sich im Jahr 2020 auf 28 Mio. t, was einem Rückgang von 2 % zum Vorjahr entspricht. Anteilig sind dies 60 % Gemüse, 26 % Zitrusfrüchte, 12 % sonstige Früchte sowie 2 % Schalenfrüchte. Etwa die Hälfte der Produktion geht in den Export, davon 93 % in Länder der EU. Deutlich geringer fallen die Importe mit 3,4 Mio. t im Jahr 2020 aus. Die wichtigsten importierten Produkte waren Bananen, Ananas, Äpfel und Kiwi aus den Hauptlieferländern wie Frankreich, die Niederlande, Portugal und Italien.²⁵ Die international und auch in Spanien aktive Gruppe „Gemüsering“ bestätigt, dass ihr Angebot vollständig aus lokal angebauten und gelieferten Produkten besteht. Lieferungen aus Deutschland nach Spanien bilden hierbei punktuelle und saisonbezogene Ausnahmen.²⁶ Insoweit gibt die nachfolgende Tabelle 5 einen Überblick der wichtigsten aus Deutschland nach Spanien exportierten Produkte innerhalb dieser Gruppe.

Tabelle 5: Deutsche Obst- und Gemüse-Exporte nach Spanien, 2019 und 2020, nach Wert (Auszug)

| Obst und Gemüse | 2019 (in tEUR) | 2020 (in tEUR) |
|--|----------------|----------------|
| Obstzubereitungen und -konserven | 25.323 | 27.447 |
| Gemüsezubereitungen und -konserven | 23.286 | 24.258 |
| Andere Kartoffelerzeugnisse | 13.217 | 9.203 |
| Gemüse und sonstige Küchengewächse, frisch | 6.132 | 7.234 |

Quelle: Statistisches Bundesamt (2021), eigene Recherche in der AMI-Datenbank, 08.02.2022.

4.3.4 Alkoholische und nicht-alkoholische Getränke

Mit Ausnahme geringer Produktion auf den Kanarischen Inseln existiert in Spanien kein Anbau von **Kaffee**. Spanien ist jedoch nach Deutschland der wichtigste Hersteller von Röstkaffee in Europa. Dessen Wert lag im Jahr 2020 bei 1,075 Mrd. Euro. Täglich werden in Spanien an ca. 247.000 Plätzen mehr als 21 Mio. Tassen Kaffee serviert. Koffeinhaltiger Kaffee überwiegt in einem Verhältnis von 9:1 gegenüber dem koffeinfreien. Mit einem Umsatz von knapp 1 Mrd. Euro gilt die Gruppe Nestlé España als führender Anbieter.²⁷

Spanien gehört nach Deutschland und Polen innerhalb der EU zu den wichtigsten Produzenten und Konsumenten von **Bier**. Etwa 90 % des in Spanien konsumierten Biers, im

²⁵Fruits CMR S.A.U. (2021): Alimentación in España 2021. URL: https://www.mercasa.es/media/publicaciones/290/AEE_2021_web.pdf, aufgerufen am 07.02.2022.

²⁶Gemüsering (2021): Esto no va solo de alimentos, URL: https://www.gemuering.es/files/ugd/affb43_f50c3895eada4204ba3fe4dc66a0cb05.pdf, aufgerufen am 11.02.2022.

²⁷Fruits CMR S.A.U. (2021): Alimentación in España 2021. URL: https://www.mercasa.es/media/publicaciones/290/AEE_2021_web.pdf, S. 25, aufgerufen am 07.02.2022, S. 395.

4. Der spanische Lebensmittelmarkt

Jahr 2020 ca. 36 Mio. hl, stammt aus spanischen Brauereien. Der Sektor HoReCa kommt auf einen Anteil von knapp 39 %. Der häusliche Verzehr wuchs im Jahr 2020 pandemiebedingt um 15 %.²⁸

Spanien verfügt weltweit über die größte Anbaufläche für **Wein** und zählt zu den wichtigsten Weinproduzenten. Die Weinlese 2020/2021 ergab eine Produktion von 46,5 Mio. hl, was einem Zuwachs von 24 % gegenüber dem Vorjahr darstellt. Hiervon entfielen lediglich 14,1 Mio. hl auf Qualitätsweine mit Herkunftsbezeichnung. Die Handelsbilanz in diesem Sektor ist deutlich positiv: Exporten im Volumen von 2.103 Mio. Litern standen Importe von 102 Mio. Litern im Wert von 170 Mio. Euro gegenüber.²⁹

Der Bereich **Spirituosen** war innerhalb des Sektors alkoholische Getränke von der Covid-19-Pandemie am stärksten betroffen. 60 % des Konsums übernimmt hierbei üblicherweise der HoReCa-Bereich. Dabei konsumieren spanische Verbraucher hauptsächlich Whisky (24 %), Liköre (21 %), Gin (20 %) und Rum (15 %). Im Jahr 2020 importierte Spanien Spirituosen im Wert von 564,6 Mio. Euro, was einem Rückgang gegenüber dem Vorjahr von 34 % entspricht.³⁰

Mineralwasser erwies sich im Jahr 2020 mit 8.549 Mio. Litern und einem Wert von 11 Mrd. Euro als das in Spanien am meisten konsumierte Getränk. In diesem Bereich spielen mit einem Anteil von fast 50 % die Handelsmarken eine wichtige Rolle. Im Jahr 2019 importierte Spanien 46,3 Mio. Liter Mineralwasser, vorrangig aus Frankreich.³¹

Die hauptsächlich aus Deutschland nach Spanien exportierten Produkte im Bereich alkoholische und nicht-alkoholische Getränke ergeben sich aus folgender Übersicht:

Tabelle 6: Deutsche Exporte alkoholischer und nicht-alkoholischer Getränke nach Spanien, 2019 und 2020, nach Wert (Auszug)

| Alkoholische und nichtalkoholische Getränke | 2019 (in tEUR) | 2020 (in tEUR) |
|--|-----------------------|-----------------------|
| Kaffee | 129.579 | 131.393 |
| Bier | 31.389 | 32.048 |
| Branntwein | 38.201 | 31.974 |
| Obst- und Gemüsesäfte | 8.475 | 8.548 |

Quelle: Statistisches Bundesamt (2021), eigene Recherche in der AMI-Datenbank, 08.02.2022.

²⁸ Fruits CMR S.A.U. (2021): Alimentación in España 2021. URL: https://www.mercasa.es/media/publicaciones/290/AEE_2021_web.pdf, aufgerufen am 07.02.2022, S. 406.

²⁹ Ebenda, S. 416.

³⁰ Ebenda, S. 450.

³¹ Ebenda, S. 411.

5. Einfuhr und Vertrieb von Lebensmitteln

Bei Warenbewegungen zwischen Deutschland und Spanien handelt es sich aufgrund der Mitgliedschaft beider Länder in der EU um innergemeinschaftlichen Warenverkehr ohne Verzollung. Es gilt hierbei, die umsatzsteuerlichen Anforderungen (Nachweise für die Steuerfreiheit), die Beleg- und die Buchnachweise zu erfüllen. Auch ist die Unternehmereigenschaft des Abnehmers durch eine gültige Umsatzsteuer-Identifikationsnummer zu belegen. Unter deren Vorlage muss der deutsche Lieferant den Umsatz in der „Zusammenfassenden Meldung“ dem Bundeszentralamt für Steuern melden.

Produkte des Sektors, welche die deutschen lebensmittelrechtlichen und sonstigen Voraussetzungen erfüllen, lassen sich in Spanien ohne weiteres in den Verkehr bringen. Allerdings muss der spanische Importeur eine Reihe von Vorschriften beachten, die entsprechend den regionalen Zuständigkeiten in den einzelnen Autonomen Gemeinschaften (entfernt zu vergleichen mit den deutschen Bundesländern) unterschiedlichen Inhalt haben können.

5.1 Etikettierung

Im Normalfall dürfte es sich um Lieferungen deutscher Unternehmen an Vertriebspartner des Lebensmittelbereichs in Spanien handeln. Bei denkbaren Lieferungen von Einzelhandelsgebinden (z. B. Direktlieferungen an spanische Super- und Hypermarktketten, vgl. Ziffer 5.3) greifen die auf EU-Ebene harmonisierten Vorschriften zur Kennzeichnung von Lebensmitteln.³² Für Lieferungen nach Spanien ist zu beachten, dass die Kennzeichnung der Lieferung deren Rückverfolgbarkeit gewährleisten und der Etiketteninhalt (auch) in spanischer Sprache erscheinen muss.³³ Ggf. reicht hierfür auch ein Aufkleber, wie sich aus den nachstehenden Fotografien deutscher Lebensmittel im spanischen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ergibt.

³² EUR-Lex (2022): Document 32011R1169, Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011, betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel (Stand: 31.12.2021), URL:<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32011R1169>, aufgerufen am 26.01.2022.

³³ Ministerio de Relaciones con las Cortes y de la Secretaría del Gobierno (1991): Real Decreto 1808/1991, URL: <https://www.boe.es/buscar/pdf/1991/BOE-A-1991-30678-consolidado.pdf>, aufgerufen am 07.02.2022.

5. Einfuhr und Vertrieb von Lebensmitteln



Abbildung 3: Beispiel Etiketteninhalt deutscher Lebensmittel im spanischen LEH.

Quelle: Eigene Bildaufnahme, 20.12.2021.

5.2 Verpackung

Ausländische Unternehmen, die Produkte direkt an spanische Endverbraucher verkaufen (z. B. im Online-Vertrieb), sind gesetzlich zur Verpackungsentsorgung verpflichtet und müssen sich dem spanischen Entsorgungssystem ECOEMBES anschließen. Bei Verkäufen an Handelsunternehmen bleibt dafür in erster Linie der Importeur zuständig. Der ausländische Lieferant kann jedoch die Verpackung freiwillig lizenzieren, um sicherzustellen, dass seine Produkte die Vorgaben des spanischen Verpackungsgesetzes erfüllen. Im Zuge der Umsetzung einschlägiger EU-Richtlinien befinden sich in Spanien derzeit zwei gesetzgeberische Projekte im parlamentarischen Prozess: Die Verpflichtung, den Einsatz von Einweg-Plastikflaschen bis zum Jahr 2030 um 50 % zu reduzieren sowie die für das Jahr 2023 vorgesehene Einführung einer „Plastiksteuer“, einer Abgabe von 0,45 €/kg Plastik in Einwegverpackungen.³⁴ Weitere Details sowie Hinweise zu Serviceleistungen in diesem Zusammenhang finden sich auf der Website der AHK Spanien/Verpackungsentsorgung in Spanien: <https://www.ahk.es/dienstleistungen/marktberatung/verpackungen-in-spanien>.

³⁴ Unidad Editorial Información S.L.U. (2022): Lebensmittelbranche klagt gegen neues Verpackungsgesetz, URL: <https://www.elmundo.es/ciencia-y-salud/medio-ambiente/2022/02/11/62056124fdddf998a8b459b.html>, aufgerufen am 16.02.2022.

5.3 Vertriebswege

Die Abbildung 4 zeigt die Vertriebswege für Lebensmittel in Spanien:



Abbildung 4: Vertriebswege für Lebensmittel im Foodservice in Spanien.

Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Fachwissen der AHK Spanien.

Zur Erläuterung der einzelnen Vertriebsstufen sind die Wege zwischen ihnen mit Zahlen versehen, mit folgender Bedeutung:

1. Der spanische Lebensmitteleinzelhandel (LEH) bezieht seine Waren überwiegend beim nationalen Lebensmittelgroßhandel (LGH).
2. Zwischen spanischen Herstellern und Erzeugern bestehen auch direkte Lieferbeziehungen zu großen spanischen Super- und Hypermarktketten.
3. In den einzelnen Produktkategorien existieren auch in Spanien unterschiedliche Zwischenstufen zwischen Hersteller/Erzeuger und Großhandel (z. B. im Fleischsektor die Schlacht- und Verarbeitungsbetriebe). Auf deren Darstellung wird für die Zwecke dieser Abbildung verzichtet.
4. Kleinere Restaurants in Spanien kaufen Fleisch sowie Obst und Gemüse meist bei Großmärkten (z. B. *Mercamadrid, Mercabarna*), oft aber auch bei Einzelhändlern in den lokalen Stadtteilmärkten (*mercados municipales*). Andere Warengruppen werden überwiegend über Cash-&-Carry-Märkte, in Ausnahmefällen aber auch über den lokalen Einzelhandel bezogen. Größere Restaurants, auch solche der Hotels, erwerben ihre Ware überwiegend über den LGH.
5. Unternehmen der Gemeinschaftsverpflegung holen sich die Produkte teils beim LGH, teils beim spanischen Hersteller direkt.
6. Catering-Unternehmen mit Fokus auf Event und Transport (z. B. für Flugzeuge oder für Schiffe) beschaffen sich ihre Ware überwiegend beim LGH.

5. Einfuhr und Vertrieb von Lebensmitteln

Aus dieser Darstellung ergibt sich für deutsche Lebensmittelexporteure, dass ein direkter Zugang zum Bereich des spanischen Foodservices (HoReCa und Gemeinschaftsverpflegung) kaum infrage kommt. Ganz überwiegend erfolgt die Belieferung des Foodservice über den (importierenden) LGH, gelegentlich auch über den LEH (Super- und Hypermarktketten).³⁵ Ein Importeur oder Distributor mit passendem Kundenstamm ist für die Markterschließung entscheidend.

5.3.1 Lebensmittelgroßhandel

Die spanische Terminologie unterscheidet zwischen den Formaten „Distributor“ (*distribuidor*) und „(Groß-) Händler“ (*mayorista*). Differenzierungsmerkmale sind u. a. das Vorliegen/Nicht-Vorliegen einer direkten vertraglichen und dauerhaften Beziehung zum Hersteller sowie die Exklusivität in der jeweiligen Produktgruppe. Spanische Vertriebspartner im Lebensmittelbereich werden überwiegend als „*distribuidores*“ bezeichnet. Die deutsche Terminologie benutzt hierfür den Begriff „Lebensmittelgroßhandel“ (LGH).

Der LGH in Spanien bedient im Wesentlichen drei Sektoren: Den LEH, den Bereich HoReCa und die Gemeinschaftsverpflegung. Deren Gewichtung als Kunden ist von Unternehmen zu Unternehmen des LGH verschieden, abhängig von der jeweiligen Unternehmenspolitik und der Entwicklung der Absatzkanäle über die Jahre hinweg. Ein Blick in die jeweiligen Internetauftritte zeigt, dass bei der Mehrzahl der Unternehmen der Vertrieb spanischer Produkte deutlich überwiegt. Nur gelegentlich finden sich Hinweise auf Importe und internationale Marken. In welchem Umfang im Einzelfall für solche Produkte Interesse besteht, lässt sich durch direkte Kontakte ermitteln. Hierzu wird auf die Bemerkungen unter Kapitel 5.3 und Kapitel 7 hingewiesen. Eine Auflistung der Großhandelsunternehmen des Lebensmittelsektors, die speziell oder zumindest auch den spanischen HoReCa-Bereich zu ihren Kunden zählen, enthält die Ziffer 9.4.2. Unter den Unternehmen des LGH mit spezieller Ausrichtung auf deutsche Produkte dürfte die Firma *Casa Westfalia* die wichtigste sein. Auch bei diesem Unternehmen steht die Kundengruppe LEH deutlich im Vordergrund. In den Foodservice gelangen neben Fleisch und Fleischprodukten kaum andere Lebensmittel.³⁶

Die Unternehmen des LGH, die neben dem LEH auch in erheblichem Umfang den HoReCa-Bereich beliefern, verzeichneten im Jahr 2020 einen Umsatzeinbruch von knapp über 40 %. Sie sahen sich ab März 2020 vor der Aufgabe, die dort zeitweise komplett weggebrochenen Umsätze (3-monatiger Lockdown bis Juni 2020; danach weitreichende Beschränkungen der Öffnungszeiten und zugelassener Kapazitäten) zu kompensieren. Beispielsweise wurden neue

³⁵ Publicaciones Alimarkets S.A. (2021a): Reparto de la sala de venta de cash&carry por cadenas y grupos.

³⁶ Direktauskunft des Unternehmens Makro Distribución Mayorista, S.A. (Dez.2021/Feb.2022).

5. Einfuhr und Vertrieb von Lebensmitteln

Kundengruppen angesprochen (Gemeinschaftsverpflegung), die Digitalisierung interner Prozesse ausgebaut oder HoReCa-Kunden bei der Suche nach neuen Vertriebsformaten (*Take away* und *Delivery*) unterstützt.³⁷ Gegen Jahresende 2021 erwarteten Brancheninsider und -verbände einen Rückgang der Umsätze von ca. 15 % gegenüber dem Jahr 2019, auch aufgrund gestiegener Rohstoff- und Energiepreise.³⁸ Gegenüber dem Krisenjahr 2020 bedeutet dies gleichzeitig eine Erholung um 24 %.³⁹

5.3.2 Cash & Carry

Einen weiteren Zugang zum spanischen Foodservice-Markt ermöglichen die spanischen Cash-&-Carry-Märkte. Dieses Großhandelsformat hat sich in Spanien seit dem Jahr 1970 (Markteinstieg seitens der *Metrogruppe* mit den *Makro*-Märkten) stark entwickelt. Die Covid-19-Pandemie seit März 2020 traf den Sektor Cash & Carry, dessen Hauptabnehmer der spanische HoReCa-Bereich – weniger die Gemeinschaftsverpflegung – ist, massiv. Die durchschnittlichen Umsatzrückgänge im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr lagen bei 30 %. Jedoch konnte aber der Einbruch im Hauptkundensegment „kleinere und mittlere Restaurants“ bereits im Jahresverlauf 2020 zu einem geringen Teil kompensiert werden. Dies geschah durch die Neuorientierung auf bis dahin eher weniger wichtige Segmente, wie Alters- und Pflegeheime sowie kleine Einzelhandelsunternehmen. Im Jahresverlauf 2021 machte sich mit einer Wachstumsperspektive von 5 % im Sektor wieder Optimismus breit. Durch die anhaltende Covid-19-Pandemie ließ dieser jedoch zum Jahresende wieder nach.⁴⁰ Die nachfolgende Abbildung 5 zeigt die Verteilung der Marktanteile der Cash-&-Carry-Unternehmen im Jahr 2020.

³⁷ Publicaciones Alimarket, S.A. (2021b): Distribución Foodservice En proceso de recuperación. URL: <https://www.alimarket.es/restauracion/informe/340957/informe-2021-del-sector-de-distribucion-foodservice>, S. 69, aufgerufen am 26.01.2022.

³⁸ Publicaciones Alimarket, S.A (2021a): Reparto de la sala de venta de cash&carry por cadenas y grupos.

³⁹ Restauración Colectiva (2022). URL: <https://www.restauracioncolectiva.com/n/la-facturacion-de-los-mayoristas-de-hosteleria-crece-en-2021-tras-el-desplome-de-2020>, aufgerufen am 16.02.2022.

⁴⁰ Fachwissen der AHK Spanien (2022).

5. Einfuhr und Vertrieb von Lebensmitteln

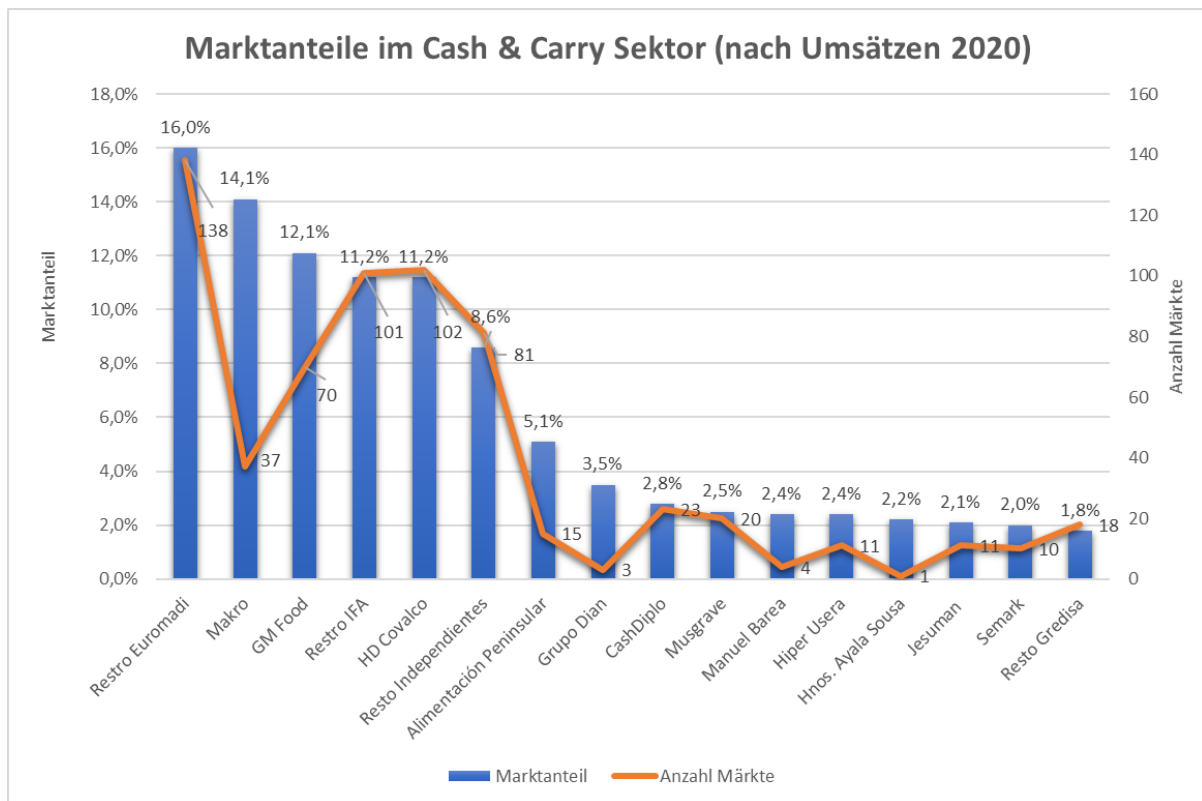


Abbildung 5: Marktanteile im Cash-&Carry-Sektor (nach Umsätzen 2020).

Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Publicaciones Alimarket S.A. (2021a): Reparto de la sala de venta de cash&carry por cadenas y grupos.

Das Unternehmen mit der stärksten Ausrichtung auf deutsche Lieferanten dürfte *Makro/Metro* sein. 70 % des Umsatzes der Gruppe geht in den Bereich HoReCa. Im Angebot der spanischen Märkte von *Makro* befinden sich knapp über 500 Referenzen deutscher Produkte. Diese betreffen allerdings nur zu 56 % den Bereich Lebensmittel. Daneben spielen Produkte der HoReCa-Ausstattung eine wichtige Rolle. Unter den Lebensmitteln stehen Spirituosen (155 Referenzen), Fleisch- und Fleischprodukte (98) sowie Bier (19) im Vordergrund. Wichtig ist weiterhin, dass *Makro* nur 15 % der deutschen Produkte direkt von deutschen Lieferanten bezieht. Der Rest wird über den Zentraleinkauf *Metro Sourcing International* erworben.⁴¹ Eine Auflistung der Unternehmen des Bereichs Cash & Carry mit Kontaktdaten und zusätzlichen Informationen enthält das Kapitel 9.4.3.

⁴¹ Direktauskunft des Unternehmens Casa Westfalia, S.A.U. (Feb.2022).

6. Der spanische Foodservice-Markt

Im Foodservice unterscheidet man in Spanien zwischen dem Sektor HoReCa und den verschiedenen Formen der Gemeinschaftsverpflegung. Letztere stellt Kapitel 6.3 dar.

Das spanische Hotel- und Gaststättengewerbe (*hostelería*) erweist sich mit einem Anteil von 6,2 % am BIP als ein bedeutender Faktor für die Gesamtwirtschaft des Landes. Es setzte sich im Vorkrisenjahr 2019 aus ca. 314.000 Unternehmen mit ca. 1,7 Mio. Arbeitnehmenden zusammen und erwirtschaftete einen Umsatz von 124 Mrd. Euro.⁴² Die Struktur des Sektors HoReCa zeigt die folgende Abbildung 6.

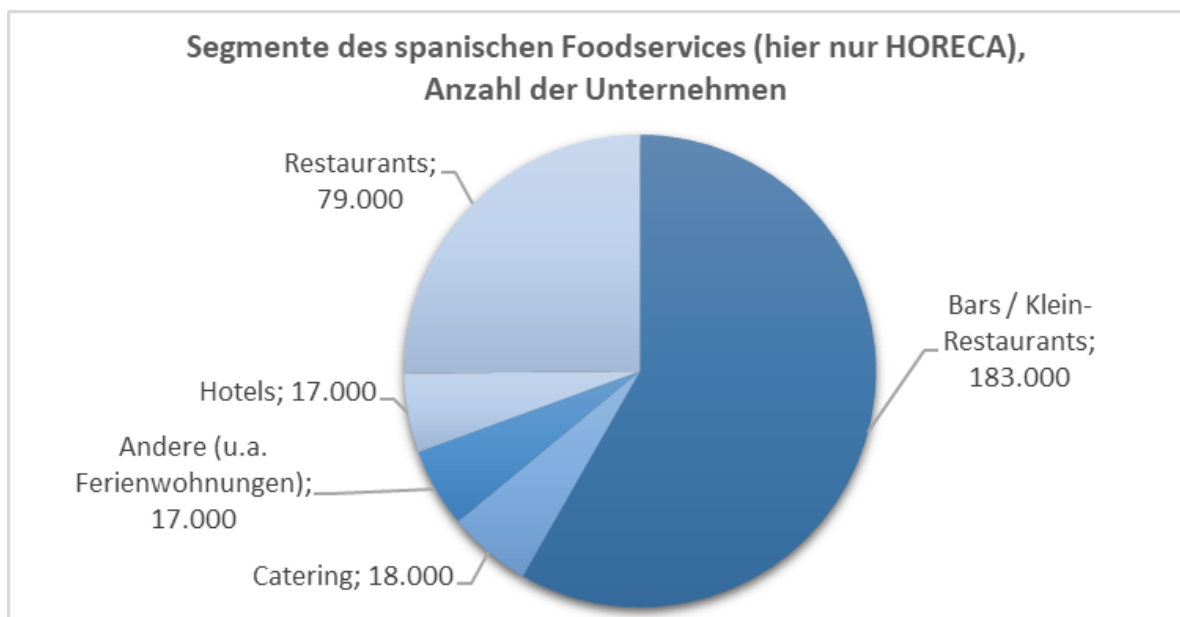


Abbildung 6: Segmente des spanischen Foodservices (hier nur HoReCa)⁴³

Quelle: eigene Darstellung, basierend auf Bain and EY (2020): Impacto de COVID-19 en hostelería en España, URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/news/2020/04/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana.pdf, aufgerufen am 07.02.2022.

Die Covid-19-Pandemie traf den Foodservice-Markt in Spanien massiv. Dies gilt insbesondere für den Teilbereich HoReCa. Im Krisenjahr 2020 haben sich die Umsätze mehr als halbiert, die Zahl der Unternehmen ging um 18.000 und die der Arbeitnehmenden um 30.000 zurück. Die Pandemie veränderte den Lebensstil und die Konsumgewohnheiten in Spanien nachhaltig, mit direkten Auswirkungen auf die Nachfrage der Konsumenten und damit auch auf den Foodservice-Sektor:⁴⁴

- Die weitverbreitete Einführung von Telearbeit, die nach Einschätzungen von Brancheninsidern im Krisenjahr 2020 etwa 40 % aller Arbeitnehmenden betraf,

⁴² Publicaciones Alimarket, S.A (2021a): Reparto de la sala de venta de cash&carry por cadenas y grupos, S. 76.

⁴³ In der spanischen Terminologie gehören Ferienwohnungen zu "Alojamiento" (Unterbringung Hotel).

⁴⁴ El Economista (2021): El foodservice recupera el 85 %, URL: <https://www.eleconomista.es/retail/noticias/11504242/12/21/El-foodservice-recupera-el-85-del-gasto-precovid-de-los-consumidores.html>, aufgerufen am 25.01.2022.

brachte als direkte Folge einen starken Rückgang des für Spanien typischen Außer-Haus-Verzehrs von Tagesmenüs in Restaurants mit sich.

- Hinzu kommt eine allgemeine Tendenz des „homing“ als Folge der Mobilitätsbeschränkungen, u. a. die Einnahme von Mahlzeiten im privaten Umfeld. Lag der Anteil von Mahlzeiten mit Ursprung in Foodservice-Angeboten (*Take away* und *Delivery*) vor der Pandemie noch bei 7 % bzw. 5 %, so erhöhte er sich inzwischen auf 12 % bzw. 8 %.⁴⁵ Die drei führenden Unternehmen des Lieferservices (*Glovo*, *JUST EAT* und *deliveroo*) verzeichneten im Jahr 2020 Umsatzsteigerungen zwischen 24 % und 36 %.⁴⁶ Ob sich die Tendenz zu *Take away* und *Delivery* angesichts der traditionellen Vorliebe der Spanier für Restaurantbesuche mit gleichen Wachstumsraten verstetigen wird, bleibt abzuwarten.
- In Bezug auf die Absatzstruktur scheint sich die Grenze zwischen dem LEH und dem Bereich Foodservice aufzulösen. Deutliches Beispiel hierfür: in den Supermärkten sind inzwischen zunehmend Foodservice-Angebote anzutreffen.
- Parallel zur Covid-19-Pandemie verstärkte sich seit dem Frühjahr 2020 die Nachfrage der spanischen Konsumenten nach gesünderem Essen. Der Verbrauch von Gemüse stieg im Jahr 2021 gegenüber dem Vorjahr um 40 %, der von Fleisch sank dagegen um 12 %. Für das Jahr 2040 wird erwartet, dass 60 % des verzehrten Fleisches aus Fleischersatzprodukten besteht. Dies betrifft ebenfalls den Bereich Foodservice. So geben 89 % der Konsumenten an, gesünderes Essen auch bei den Angeboten der Restaurants zu erwarten. Hier stehen die frische Zubereitung, die regionale Beschaffung von Zutaten, ein höherer Anteil von Salaten sowie vegetarische oder vegane Optionen im Vordergrund.^{47,48}

6.1 Hotels

Im November 2021 waren von 16.792 gelisteten spanischen Hotels (*alojamiento*) nur 11.798 in Betrieb, was gegenüber dem Vorkrisenjahr 2019 einen Rückgang von knapp 30 % darstellt. Anfang 2022 zeigen sich die großen spanischen Hotelketten jedoch optimistisch und rechnen damit, bereits im laufenden Jahr zu den guten Ergebnissen der Jahre vor der Covid-19-Pandemie zurückzukehren.⁴⁹

⁴⁵ KPMG, Marcas de Restauración, npd (11/2021; S. 9): IV Anuario restauración de marca en España, URL: <https://marcaserestauracion.es/IV-Anuario-Restauracion-Marca.pdf>, aufgerufen am 20.01.2022.

⁴⁶ El País (2022). URL: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/02/15/companias/1644954558_316061.html, aufgerufen am 17.02.2022.

⁴⁷ Restauracióncolectiva (Dezember 2021): Los Españoles, más conscientes, URL: <https://www.restauracioncolectiva.com/c/estudios-informes>, aufgerufen am 07.02.2022.

⁴⁸ Alimarket (2021): Análisis 2021 de Alimentación Saludable para Foodservice, URL: <https://www.alimarket.es/restauracion/informe/332114/analisis-2021-de-alimentacion-saludable-para-foodservice>, aufgerufen am 14.02.2022.

⁴⁹ Expansión (2021): Optimismos en el sector hotelero, URL: <https://www.expansion.com/empresas/transporte/2022/02/14/62096cb1e5fdea743a8b458f.html?emk=NEXPPRMBN>, aufgerufen am 14.02.2022.

Besonders interessant für den Foodservice ist die steigende Bedeutung des Segments Food & Beverage (F & B) in der strategischen Planung, vor allem für hochklassige Hotels. Mengenmäßig betrifft dies 1.938 Hotels der Kategorie 4-Sterne und 270 Hotels der Kategorie 5-Sterne (Stand Ende 2021). Neben der Übernachtung rücken die Restaurants, Bars und Cafés der Hotels ins Blickfeld, nicht nur als Serviceangebot für Reisende, sondern auch für Einheimische. Einzelne Hotelgruppen (*NH Hotel Group* und *Sercotel*) engagierten sich darüber hinaus auch bei den Vertriebsformen *Take away* und *Delivery*. Inzwischen liegt der Anteil des Bereichs F & B am Gesamtumsatz der wichtigsten Hotelgruppen durchschnittlich zwischen 20 % und 30 %.⁵⁰

6.2 Restaurants

Der Teilbereich Restaurants (*restauración*) zählte im Jahr 2021 insgesamt 1,3 Mio. Arbeitnehmende. Der pandemiebedingte Rückgang in den ersten vier Monaten des Jahres wurde zunächst bis Oktober wieder aufgefangen. Im Vergleich zum Vorkrisenjahr 2019 verzeichnete der Sektor allerdings einen Verlust von 139.000 Arbeitsplätzen (-10,4 %). Im Dezember 2021 befanden sich zudem 21.000 Arbeitnehmende in Kurzarbeit. Der Sektor weist eine Reihe von Merkmalen auf, die ihn für Entwicklungen wie die der Covid-19-Pandemie besonders anfällig machen:⁵¹

- Charakteristisch für den Sektor: seine Fragmentierung. 70 % der Unternehmen beschäftigen weniger als drei Mitarbeitende. Dies sind die für Spanien typischen „Bars/Klein-Restaurants“, Einheiten mit Flächen zwischen 60 qm und 100 qm, oft mit Außenbereich (*terraza*). Diese bieten hauptsächlich das spanische „Frühstück“ (Kaffee und Croissant bzw. belegte Baguettes) und ein einfaches 3-Gänge-Mittagsmenü (12,00 Euro bis 15,00 Euro) an.
- Gleichzeitig werden nur geringe Umsatzrenditen erzielt. Für den Subsektor Restaurants beziffert man diese mit 6 %. Die Kapitaldecke der Unternehmen und deren Liquidität erweist sich als unzureichend. Nur die Hälfte der Unternehmen dieses Sektors können in Lock-Down-Situationen ohne externe Finanzierung oder Rückgriff auf Rücklagen ihre operativen Fixkosten über mehr als einen Monat decken.⁵²

Daneben waren folgende Entwicklungen zu beobachten: Die stärksten Umsatzrückgänge verzeichnete der Sektor „Traditionelle Fullservice-Restaurants“ (Restaurants mit Tagesmenü und Speisekarte), dessen Anteil am Foodservice-Umsatz von 35,2 % im Jahr 2019 auf 31,4 %

⁵⁰ S.A. (2021): La Restauración de los Hoteles, URL: <https://www.alimarket.es/hoteles/informe/333545/informe-2021-de-food--beverage-en-hoteles>, aufgerufen am 22.01.2022.

⁵¹ hosteleriadigital.es: El informe (2022): Impacto de COVID-19 en la Hostelería, URL: <https://www.hosteleriadigital.es/2022/01/04/la-hosteleria-mantiene-los-trabajadores-de-2020-con-200-000-trabajadores-menos-que-en-2019/>, aufgerufen am 07.01.2022.

⁵² Bain and EY (2020): Impacto de COVID-19 en hostelería en España. URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_es/news/2020/04/ey-bain-company-impacto-de-covid-19-en-hosteleria-en-espana.pdf, aufgerufen am 07.02.2022.

6. Der spanische Foodservice-Markt

im Jahr 2020 zurückging. Demgegenüber konnten die „Internationalen Fullservice-Restaurants“ (internationale Küche) ihre Umsätze leicht steigern, von 6,6 % auf 6,9 %, und Unternehmen des „Casual Dining“ diese in etwa halten. Auffällig ist die Verbesserung der Marktanteile der „Quick Service Restaurants“ (QSR), die auf der Grundlage ihrer flexibleren Strukturen und der Erfahrungen in neuen Vertriebsformaten von der Tendenz zu *Delivery* und *Take away* profitieren.⁵³

Insgesamt führte die Covid-19-Pandemie im Jahr 2020 zu einem Rückgang der Umsätze des Sektors von 30 % gegenüber dem Jahr 2019. Angesichts der erneuten Zunahme der Inzidenzen seit Spätherbst 2021 und des zusätzlichen allgemeinen Anstiegs von Betriebskosten geht der Sektor davon aus, dass sich die Ertragslage vor dem 2. Quartal 2022 nicht verbessern wird. Eine Rückkehr zu den Ergebnissen des Jahres 2019 erwartet man nicht vor 2023.⁵⁴ Die nachfolgenden Tabellen 7 bis 9 stellen die größten Akteure in der spanischen Quickservice-Systemgastronomie, Fullservice-Systemgastronomie und in den Kaffee- und Teegeschäften dar.

Tabelle 7: Größte Akteure der spanischen Quickservice-Systemgastronomie im Jahr 2020

| Akteur (Gruppe) | Jahr 2020 | | |
|---|-------------------------|----------------------|----------------------------|
| | Marktanteil nach Umsatz | Umsatz in Mio. €, VP | Anzahl der Verkaufsstellen |
| McDonald's (McDonald's Corporation) | 23,1 % | 890,9 | 535 |
| Burger King (Restaurant Brands International) | 20,1 % | 774,6 | 840 |
| Telepizza (Telepizza Group S.A.) | 5,5 % | 213,1 | 728 |
| Grupo Restalia | 3,7 % | 140,9 | 313 |
| KFC (Yum! Brands, Inc.) | 3,4 % | 131,0 | 181 |
| Sonstige | 44,2 % | 1.701,65 | k. A. |

Quelle: eigene Abbildung, basierend auf Daten von GlobalData (2022): Foodservice; eigene Recherche in der Datenbank, aufgerufen am 12.01.2022.

⁵³ KPMG, Marcas de Restauración, npd (November 2021): IV Anuario restauración de marca en España, URL: <https://marcaderestauracion.es/IV-Anuario-Restauracion-Marca.pdf>, aufgerufen am 20.01.2022, S. 11.

⁵⁴ Publicaciones Alimarket, S.A. (2021, S. 72), a. a. O., S. 23.

6. Der spanische Foodservice-Markt

Tabelle 8: Größte Akteure der spanischen Fullservice-Systemgastronomie im Jahr 2020

| Akteur (Gruppe) | Jahr 2020 | | |
|---|-------------------------|----------------------|----------------------------|
| | Marktanteil nach Umsatz | Umsatz in Mio. €, VP | Anzahl der Verkaufsstellen |
| Pizza Hut (Yum! Brands, Inc.) | 2,3 % | 284,4 | 716 |
| Foster's Hollywood (Zena Group) | 1,3 % | 157,2 | 229 |
| La Tagliatella (Grupo AmRest Holding) | 0,4 % | 52,3 | 228 |
| Lizarran (Comess Group de Restauración, S.L.) | 0,4 % | 49,9 | 250 |
| Ribs (Grupo Ibersol) | 0,2 % | 23,6 | 33 |
| Sonstige | 95,4 % | 12.135,9 | k. A. |

Quelle: eigene Abbildung, nach Daten von GlobalData (2022): Foodservice; eigene Recherche in der Datenbank, aufgerufen am 12.01.2022.

Tabelle 9: Größte Akteure der spanischen Kaffee- und Teeesäfte im Jahr 2020

| Akteur (Gruppe) | Jahr 2020 | | |
|---|-------------------------|----------------------|----------------------------|
| | Marktanteil nach Umsatz | Umsatz in Mio. €, VP | Anzahl der Verkaufsstellen |
| Starbucks (Starbucks Corporation) | 8,6 % | 102,2 | 153 |
| Il Café di Roma (Luigi Lavazza) | 2,1 % | 25,2 | 46 |
| Costa Coffee (The Coca-Cola Company) | 1,5 % | 18,2 | 25 |
| Jamaica Coffee Experience (Grupo Rodilla) | 0,6 % | 7,6 | 110 |
| Café & Té (Café & Té) | 0,6 % | 6,7 | 37 |
| Sonstige | 86,6 % | 1.028,4 | k. A. |

Quelle: eigene Abbildung, nach Daten von GlobalData (2022): Foodservice; eigene Recherche in der Datenbank, aufgerufen am 12.01.2022.

6.3 Gemeinschaftsverpflegung

Das Geschäftsmodell der größeren Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung besteht darin, ihre Leistungen in den Einrichtungen ihrer wichtigen Kunden mit eigenem Personal zu erbringen. In Einzelfällen übernehmen die Cateringunternehmen neben dem Betrieb der Gemeinschaftsküche auch deren Finanzierung und Einrichtung. Zur Bedienung mittlerer und kleiner Kunden verfügen die meisten Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung darüber hinaus über zentrale Großküchen, die die Gerichte bzw. Zutaten vorbereiten. Die teilweise oder fertig zubereiteten, gekühlt oder tiefgefroren angelieferten Speisen wärmt man vor Ort auf, serviert sie dann in Gemeinschaftskantinen oder bietet sie zur Selbstbedienung an. Eine Übersicht mit wichtigen Kennzahlen der Gemeinschaftsverpflegung zeigt die Tabelle 10.

Tabelle 10: Wichtigste Zielgruppen der Gemeinschaftsverpflegung im Jahr 2020

| Zielgruppe der Gemeinschaftsverpflegung | Jahr 2020 | |
|---|--------------------------|-----------------------|
| | Anzahl der Einrichtungen | Teilnehmende |
| Schulen | 32.060 | 10,929 Mio. (Schüler) |
| Krankenhäuser | 831 | 158.648 (Betten) |
| Alters- und Pflegeheime | 5.417 | 327.985 (Plätze) |
| Streitkräfte | k. A. | 121.026 (Aktive) |
| Polizei und Ordnungskräfte | k. A. | 238.350 |

Quellen: Ministerio de Educación y Formación Profesional (2021), URL:

<https://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:03457cf8-3f06-4c2f-893a-e61bedeeadbb/resultados.pdf>, aufgerufen am 28.01.2022.

Ministerio de Sanidad, Estadísticas, Hospitales (2021), URL:

<https://www.sanidad.gob.es/ciudadanos/prestaciones/centrosServiciosSNS/hospitales/inforEstadistica/home.html>, aufgerufen am 26.01.2022.

Residencias de Mayores en España (2021), URL:

https://as.com/diarioas/2020/03/23/actualidad/1584979801_609562.html, aufgerufen am 26.01.2022.

Intervención General de la Administración del Estado (2020): Personal al servicio del Sector Público Estatal, URL:

<https://www.igae.pap.hacienda.gob.es/sitios/igae/es-ES/Contabilidad/informacionEconomica/Documents/Personal%20al%20servicio%20del%20Sector%20p%C3%BAblico%20estatal%202020.pdf>, aufgerufen am 07.02.2022.

Campus Training (2022): Mucha Policía, poca diversión: ¿cuántos policías hay en España?, URL:

<https://www.campustraining.es/noticias/cuantos-policias-hay-en-espana/>, aufgerufen am 07.02.2022.

6. Der spanische Foodservice-Markt

Der Fachverband *Food Service España* gibt auf der Grundlage von Angaben seiner Mitgliedsunternehmen die Gewichtung der verschiedenen Sektoren der Gemeinschaftsverpflegung wie folgt an:⁵⁵

- Krankenhäuser/Alters- und Pflegeheime: 43 %
- Schulen: 34 %
- Unternehmen: 17 %
- Event-Catering: 6 %

Angesichts der oben dargestellten Dimension der Gemeinschaftsverpflegung engagieren sich hierbei eine Vielzahl von Unternehmen, darunter auch multinationale. Die einschlägigen Datenbanken weisen bis zu 600 dieser aus.⁵⁶ Auch hier handelt es sich zu einem größeren Anteil um kleine oder mittelständische Unternehmen. Der Branchenverband *Food Service España* zählt nur 140 Firmen der Gemeinschaftsverpflegung zu seinen Mitgliedern, der regional ausgerichtete Verband *Cluster Foodservice Cataluña* kommt auf 958, wobei sich hierunter überwiegend Erzeuger/Produzenten, Großhandelsunternehmen und Dienstleister befinden. Eine Auflistung der wichtigsten Unternehmen im Bereich Gemeinschaftsverpflegung findet sich unter Kapitel 9.4.1.

Dieser Bereich könnte auch einen potenziell interessanten Markt für Angebote deutscher Lebensmittelexporteure darstellen. Hierbei ist allerdings zu bemerken: Zutaten werden ganz überwiegend von lokalen/regionalen Lieferanten (Hersteller/Erzeuger, LGH, bei kleineren Unternehmen auch Cash & Carry) bezogen. Eine direkte Teilhabe ausländischer Lieferanten, ohne eine eigene Präsenz in Spanien in Form der Anlieferung dieser Ingredienzen, stellt eine logistische Herausforderung dar. Bei gekühlten oder tiefgefrorenen Speisezusätzen stellt der damit verbundene Preiseffekt die Wettbewerbsfähigkeit solcher Angebote zusätzlich infrage. Des Weiteren müssen die im Kapitel 7 angeführten interkulturellen Aspekte (Prozesse der Entscheidungsfindung, Zugang zu Distributionskanälen, Kommunikation) beachtet werden.

Unabhängig von der Organisationsform in den verschiedenen Bereichen der Gemeinschaftsverpflegung kommt der Zugang zu diesem Marktsegment für ausländische Lieferanten in erster Linie über den LGH in Betracht. Die Unternehmen dieser Gruppe enthält die Auflistung in Kapitel 9.4.2. Ob und ggf. in welchem Umfang diese Firmen neben den Kundengruppen LEH sowie Hotels und Restaurants auch Anbieter von Gemeinschaftsverpflegung bedienen, lässt sich im Einzelfall nur durch direkte Kontakte feststellen.⁵⁷

⁵⁵ Foodservice España (2021): Gewichtung der Sektoren im Foodservice, URL: <https://foodserviceespana.com/sector/cifras/>, aufgerufen am 14.02.2022.

⁵⁶ Emprisite (2021): Base de datos restauración colectiva, URL: <https://empresite.economista.es/Actividad/RESTAURACION-COLECTIVA/>, aufgerufen am 14.02.2022.

⁵⁷ Fachwissen der AHK Spanien (2022).

7. Interkulturelle Besonderheiten im Geschäftsleben

Für den Markteintritt und die Bearbeitung des spanischen Foodservices sollten über die in dieser Studie dargestellten branchenspezifischen Aspekte hinaus die nachfolgend dargestellten interkulturellen Besonderheiten Berücksichtigung finden:

- **Ansehen deutscher Produkte:** Deutschland als Land und deutsche Produkte im Allgemeinen genießen in Spanien ein hohes Ansehen. Im Lebensmittelbereich verfügt Spanien jedoch über eine lange eigene Tradition und gefestigte Konsumgewohnheiten. Deshalb wird von einer speziellen Wertschätzung oder Offenheit der spanischen Konsumenten gegenüber Lebensmitteln „Made in Germany“ nicht ausgegangen.
- **Marktnische „Deutsche in Spanien“:** Am 01.01.2021 verfügten insgesamt 108.568 deutsche Staatsbürger über einen festen Wohnsitz in Spanien. Regionale Schwerpunkte hierbei: die Balearen (16,7 %), Barcelona (12,7 %), Teneriffa (12,5 %), Alicante (11,5 %) sowie Las Palmas (9,9 %).⁵⁸ Hinzu kommt eine Vielzahl deutscher Ferienseiteigentümer. Im Jahr 2021 besuchten insgesamt 31,1 Mio. Touristen Spanien, gegenüber dem Vorkrisenjahr 2019 ein Rückgang um 62,7 %, andererseits eine Zunahme von 64,4 % gegenüber dem Jahr 2020. Die Zahl deutscher Urlauber lag bei 5,2 Mio.⁵⁹ Die Zielregionen waren ähnlich denen der Deutschen mit festem Wohnsitz in Spanien. Dort lässt sich allerdings eine gewisse Nachfrage nach deutschen Produkten der Lebensmittelindustrie feststellen. Allerdings schlägt sich diese eher im Einzelhandel und weniger im HoReCa-Bereich nieder. Bei einer Gesamtzahl von ca. 278.000 Restaurants in Spanien weisen die einschlägigen Datenbanken nur ca. 130 Restaurants mit (zumindest auch) deutscher Küche aus.⁶⁰ Besonders beliebt sind z. B. die italienische, japanische, chinesische und mexikanische Küche.
- **Prozesse der Entscheidungsfindung:** Prozesse der Entscheidungsfindung, z. B. zu Angeboten, weichen von den in Deutschland überwiegend anzutreffenden faktenorientierten Formaten ab. In viel stärkerem Maße fließen in Spanien „weiche Faktoren“, wie z. B. persönliche Beziehungen und Empfehlungen, in die Entscheidungen ein.
- **Zugang zu Distributionskanälen:** Der Zugang zu Distributionskanälen, namentlich für den Super- und Hypermarktbereich, aber auch für den LGH, stellt sich im spanischen Markt als besondere Herausforderung dar. Die Entscheider (Einkäufer) sind für die Präsentation neuer Produkte seitens nicht gelisteter ausländischer Unternehmen nur schwer zugänglich. Eine direkte Ansprache aus Deutschland in

⁵⁸ EPA (2021): Alemanes en España, Padrón municipal, URL: <https://epa.com.es/padron/alemanes-en-espana/>, aufgerufen am 07.02.2022.

⁵⁹ Alldatanow, S.L. (2019): Turismo en España, 2019, URL: <https://datosmacro.expansion.com/comercio/turismo-internacional/espana?anio=2019#geo0>, aufgerufen am 07.02.2022.

⁶⁰ Buscorestaurantes (2021): Deutsche Restaurants in Spanien, URL: <http://www.buscorestaurantes.com/restaurantes/cocina-internacional/cocina-alemana/en/Espana/2>, aufgerufen am 09.02.2022.

7. Interkulturelle Besonderheiten im Geschäftsleben

deutscher oder englischer Sprache wird kaum Erfolg haben. Empfehlenswert bleibt daher die Einschaltung eines lokalen Partners, Vertreters bzw. Beraters. Hinzu kommt, dass, ähnlich wie in Deutschland, die Positionierung eines Produkts im spanischen LGH und LEH z. T. erhebliche Kosten verursacht. Bei Eigenmarken des ausländischen Herstellers verlangt man regelmäßig eine „listing fee“, mit welcher die Aufwände für die Bewertung des Produkts und die Aufnahme in das Angebot abgedeckt werden. Bei Handelsmarken schaltet man oft ein Audit des Produkts und seines Herstellers vor, dessen Kosten ebenfalls der potenzielle Lieferant trägt.

- **Kommunikation:** Spanien durchlief in den letzten Jahrzehnten einen beachtenswerten Prozess der Modernisierung und Internationalisierung. Dies hat u. a. zur Folge, dass die jüngere Generation sich mit internationalen Kontakten und Fremdsprachen weit weniger schwertut als noch die Generation ihrer Eltern. Dennoch stellt die verhandlungssichere Beherrschung der englischen Sprache nicht die Regel und die der deutschen Sprache eher die seltene Ausnahme dar, auch auf der Stufe der Entscheider in den Unternehmen.

8. Chancen und Risiken für deutsche Lebensmittelausfuhren im Foodservice

Die folgende Tabelle 11 stellt eine SWOT-Analyse (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken für den Wirtschaftsstandort Spanien dar.

Tabelle 11: SWOT-Analyse für den Wirtschaftsstandort Spanien

| Strengths (Stärken) | Weaknesses (Schwächen) |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – viertgrößter Markt der EU mit knapp 47 Millionen Einwohnern – sehr gute Infrastruktur – breites Zuliefernetz – technologisch-industriell exportstarke Unternehmen – Internationalisierung über Handel, Direktinvestitionen, Konzessionen | <ul style="list-style-type: none"> – hohe Staatsverschuldung – viele wenig produktive Klein- und Kleinstunternehmen – starke Abhängigkeit vom Tourismus – Covid-19-Pandemie trifft Spanien härter als andere Industrieländer – Dualität des Arbeitsmarktes durch Befristungen und strukturelle Arbeitslosigkeit |
| Opportunities (Chancen) | Threats (Risiken) |
| <ul style="list-style-type: none"> – 69,5 Milliarden Euro EU-Zuschüsse für Investitionen verwenden – wirtschaftliches Potenzial der Energie- und Klimapläne der Regierung – Technikbedarf der innovativen exportstarken Unternehmen – jährliche Ausschreibungen für erneuerbare Energien – Brücke nach Lateinamerika, Portugal und Nordafrika | <ul style="list-style-type: none"> – Regierungskoalition muss die Covid-19-Pandemie ohne eigene Mehrheit bewältigen – tiefe politische Spaltung und weitere Konfliktlinien – Risiken für die Energiewende durch die hohen Strompreise – Schwächen in der Produktivität – hoher demographischer Druck auf das Rentensystem |

Quelle: Idem, Oliver, Germany Trade & Invest (Stand: 13.12.2021b): SWOT-Analyse Spanien, EU-Hilfsgelder sorgen für außergewöhnliche Investitionschancen, URL: <https://www.gtai.de/gtai-de/trade/wirtschaftsumfeld/swot-analyse/spanien/eu-hilfsgelder-sorgen-fuer-aussergewoehnliche-investitionschancen-578452#toc-anchor--1>, aufgerufen am 05.01.2022.

8. Chancen und Risiken für deutsche Lebensmittelausfuhren im Foodservice

Die Tabelle 12 bildet eine SWOT-Analyse für den spanischen Foodservice ab.

Tabelle 12: SWOT-Analyse für den spanischen Foodservice

| Strengths (Stärken) | Weaknesses (Schwächen) |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – gastronomische Qualität – Marken: Anerkennung und Wertschätzung durch nationale und internationale Verbraucher – Preis-Leistungs-Verhältnis – Kundenerlebnis in den Räumlichkeiten – Innovationsfähigkeit und neue Konzepte | <ul style="list-style-type: none"> – Personal: Knappheit, Rotation, Abwesenheit – finanzielle Situation: Liquidität, Rentabilität – Abhängigkeit vom internationalen Tourismus – Digitalisierungsquote |
| Opportunities (Chancen) | Threats (Risiken) |
| <ul style="list-style-type: none"> – digitale Kanäle: Wissen über den Kunden und direkte Interaktion – Kundendaten und -informationen für Innovationsprozesse nutzen – Automatisierung und Robotisierung von Prozessen – Neue Konsumentengewohnheiten, z. B. mehr Gewichtung auf Gesundheitsaspekte | <ul style="list-style-type: none"> – Anstieg der Rohstoffpreise – Anstieg weiterer Kosten (Energie, Transport etc.) – arbeitsrechtliche Bestimmungen – Wegfall des internationalen Tourismus – Rückgang der Kaufkraft der Verbraucher |

Quelle: KPMG, Marcas de Restauración, npd (November 2021): IV Anuario restauración de marca en España, URL: <https://marcaderestauracion.es/IV-Anuario-Restauracion-Marca.pdf>, aufgerufen am 10.02.2022, S. 25.

Unter Berücksichtigung der in dieser Studie genannten inhaltlichen Aspekte sowie der interkulturellen Besonderheiten ergeben sich für deutsche Lebensmittelhersteller auch aufgrund der ausgezeichneten Handelsbeziehungen zwischen beiden Ländern gute Absatzchancen im spanischen Lebensmittelmarkt. Inwiefern der spanische Foodservice beliefert werden kann, hängt vom spanischen Geschäftspartner – dem Importeur oder dem importierenden Großhändler – und dessen Kundenportfolio ab. Als besonders interessant erweisen sich für den Foodservice die Warengruppen Fleisch und Fleischwaren, Milch und Molkereiprodukte sowie alkoholische und nicht-alkoholische Getränke. Die explizite Neugier der spanischen Konsumenten für deutsche Lebensmittel bleibt aber aufgrund eigener Traditionen und gefestigter Konsumgewohnheiten jedoch klein und viele spanische Großhändler zählen zu einem großen Teil spanische Produkte zu ihrem Portfolio.

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

9.1 Fachmessen

| Messe | Messeort, Termin, Veranstalter | Kontakt |
|-------------------|--|---|
| Alimentaria | Fira Barcelona, Gran Vía, Av. Joan Carles I, 64, Barcelona 04.04. - 07.04.2022 (zweijährig) Alimentaria Exhibitions, S.A. | T: +34 93 452 1800 M: comercial@alimentaria.com W: http://www.alimentaria.com |
| Foodservice Expo, | Ifema – Parque Ferial Juan Carlos I, Feria de Madrid, 28042 Madrid Nov. 2022 (jährlich) Ediciones y Estudios S.L. | T: +34 902 027 513 W: https://expofoodservice.com/ |
| Meat Attraction | Ifema – Parque Ferial Juan Carlos I, Feria de Madrid, 28042 Madrid 08.03 - 10.03.2022 (jährlich) Ifema Madrid | T: +34 91 722 3000 M: customerservice@ifema.es W: https://www.ifema.es/en/meat-attraction |

9.2 Behörden

| Behörde | Adresse | Kontakt |
|--|---|--|
| SEPI, Sociedad Estatal de Participaciones Industriales Besteht aus mehr als 15 Unternehmen mit Mehrheitsbeteiligung und mehr als 78.000 Fachleuten. | C/Velázquez, 134, 28006 Madrid | M: informacion@sepi.es W: https://www.sepi.es/es |
| Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación | Pº Infanta Isabel 1, 28014 Madrid | T: +34 91 347 5068 M: informac@mapama.es W: https://www.mapa.gob.es/es/ |

9.3 Verbände und Institutionen

| Verband | Adresse | Kontakt |
|--|---|---|
| Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) | Velázquez, 64, 3. Stock, 28001 Madrid | T: +34 91 411 7211 M: fiab@fiab.es W: https://fiab.es/ |
| Food Service España | C/ Lagasca 56, 1. Stock, 28001 Madrid | T: + 34 91 559 9112 M: info@foodserviceespana.com W: https://foodserviceespana.com/ |
| Cluster Food Service Cataluña | Carrer de Milà i Fontanals, 14, 26, 08012 Barcelona | T: +34 671 090 664 M: info@clusterfoodservice.org W: https://www.clusterfoodservice.org/ |
| Hosteleria de España | Ferraz, 43 - 2ºIzda, 28008 Madrid | T: +34 695 780 100 M: cehe@cehe.es W: https://www.cehe.es/ |

9.4 Unternehmen

9.4.1 Gemeinschaftsverpflegung

| Unternehmen | Umsatz 2019 / 2020 in Mio. €, Anzahl Mitarbeitende 2020 | Zusatzinformationen | Kontakt |
|-------------------------------------|---|---|---|
| Albi, S.A. | 49/28 1.135 | in allen Kundensegmenten tätig, 6 Zentralküchen, 130 Kunden | T: +34 91 435 6448 M: att.cliente@albie.es W: https://albie.es/web/ |
| Alcesa, S.A. | 33/22 1.128 | Hauptkundengruppen: Schulen und Unternehmen, 2 Zentralküchen, hauptsächlich aktiv in 25 Provinzen im westlichen Spanien und auf den Kanaren | T: +34 91 439 8062 M: comercial@alcesa.es W: http://www.alcesa.es/web/ |
| Aramark Servicios de Catering, S.L. | 243/174 7.662 | spanische Niederlassung des US-Konzerns, 1.000 Kunden, Hauptkundengruppen: Schulen (47 %), Krankenhäuser und Pflegeheime (31 %), Unternehmen und Eventcatering (22 %), 300.000 Mahlzeiten täglich, 14 Zentralküchen | T: +34 93 240 2450 M: aramark@aramark.es W: https://www.aramark.es/ |
| Ausolan | 254/190 13.500 | Teil der Industriegruppe Mondragon, Hauptkundengruppen Schulen (60 %), Krankenhäuser (20 %), Unternehmen (20 %), 2.100 Kunden, 260.000 Menüs/Tag, 16 Zentralküchen, auch aktiv in Frankreich und Chile | T: +34 943 79 4611 M: ausolan@ausolan.com W: https://www.ausolan.com/ |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019 / 2020 in Mio. €, Anzahl Mitarbeitende 2020 | Zusatzinformationen | Kontakt |
|--|--|---|---|
| Coemco Restauración, S.A. | 12/9 205 | hauptsächlich tätig in Krankenhäusern, daneben Gebäudemanagement | T: +34 915 94 3357 M: info@coemco.es W: http://coemco.es/ |
| Eurest Colectividades, S.L. | 390/290 12.000 | spanische Niederlassung des britischen Konzerns Compass Group, erbringt neben Catering auch Gebäude-Management-Leistung, 1.700 Kunden, 21 Zentralküchen, 101 Mio. Mahlzeiten/Jahr | T: +34 91 542 5339 M: comercial@eurest.es W: https://foodserviceespana.com/empresas/ |
| Mediterránea de Catering | 219/177 8.000 | Hauptkundengruppen Krankenhäuser (150, 55 %), 800 Schulen, 100 Großunternehmen, auch aktiv in Lateinamerika | T: +34 91 640 4745 M: mediterranea@mediterranea-group.com W: https://www.mediterranea-group.com/inicio/ |
| Sodexo Iberia | 270/200 7.000 | Spanische Niederlassung des französischen Konzerns, präsent in 64 Ländern, 450 Kunden, 425.000 Menüs/Tag, überwiegend in Krankenhäusern und Pflegeheimen, auch Gebäudemanagement | T: +34 916 02 4000 M: info@sodexo.es W: https://www.sodexo.es/ |
| Unión Castellana de Alimentación, S.A. | 8/9 570 | k. A. | T: +34 917 81 3780 M: info@ucalsa.com W: https://www.ucalsa.com/ |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019 / 2020 in Mio. €, Anzahl Mitarbeitende 2020 | Zusatzinformationen | Kontakt |
|-------------|---|--|---|
| SANED | k. A. k. A. | Catering u. a. für die Deutsche Schule Barcelona (1.700 Schüler) | T: +34 937 904 093 M: saned@saned.net W: http://saned.net/index.html |
| DELICOM | k. A. k. A. | Eigens für das Catering der Deutschen Schule Madrid gegründetes Unternehmen. | T: +34 915 580 200 M: mail@delicom.info W: https://delicom.info/ |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

9.4.2 Lebensmittelgroßhandel im Foodservice⁶¹

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|--|--|---|---|---|
| Grup Disbesa-Darnes | 357/357/ 5.000 | Bier, Kaffee, Lebensmittel allgemein, Obst, Gemüse | Ctra. de l'Estartit, s/n 17257 Torroella de Montgri (Girona) | T: +34 97 2761 383 M: bmark@bmark.es W: https://www.disbesa.com/es/ |
| Qualianza Servicios Integrales de Distribución, S.L. | 203/200/ k. A. | Milch, Kaffee, Kakao, Soßen, Margarine, Cerealien | Pol. Ind. Puig Tió, parcel·la 12 17412 Maçanet de la Selva (Girona) | T: +34 90 1121 314 M: contacto@qualianza.com W: https://www.calidadpascual.com/ |
| Grupo Serhs, S.A. (División Distribución) | 190/170/ 4.000 | Lebensmittel allgemein | C/Garbí, 88-90 08397 Pineda de Mar (Barcelona) | T: +34 93 767 0378 M: grupserhs@grupserhs.com W: https://www.serhs.com/ |
| Distribución Directa Integral, S.A. | 253/156/ 9.000 | Getränke | C/Rosselló, 515 08025 Barcelona | T: +34 932 909 200 M: dpo@dammcorporat e.com W: https://www.grupoddi.es/ |

⁶¹ Publicaciones Alimarket, S.A. (2021, S. 68-71), a. a. O., S. 23.

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|--|---|---|--|---|
| Euroestrellas Grup | 151/140/ 2.000 | Fleisch, Getränke, Milch | C/ Independencia, 1 08650-Sallent (Barcelona) | T: +34 902 932 323 M: info@euroestrellas.com W: https://www.euroestrellas.com/ |
| Grup de DistribuciónCo sta Brava, S.A. | 200/120/ 2.500 | Getränke | Carrer Tallers, 18, 17410 GRANINI, (Girona) | T: +34 972 853 512 M: info@grupcostabrava.com W: http://www.grupcostabrava.com/ |
| Cotrading, S.L. | 119/119/ k. A. | Lebensmittel allgemein | C/Josep Umbert, 96 08402 Granollers (Barcelona) | T: +34 938 794 858 M: cotrading@cotrading.es W: https://cotrading.es/ M: cotrading@cotrading.es |
| PLN Distribución, S.A. | 85/100/ k. A. | Milch, Kaffee, Tiefkühlkost, Fertiggerichte | Av. de la Palmera, 35, 41013 Sevilla | T: +34 954 708 480 M: plndistribucion@gmail.com W: https://pln.es/ |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|---|--|--|--|---|
| Grandes Marcas HORECA, S.L. | 135/100/ 3.000 | Getränke, Fleisch | C/Bolsa, 14 28012 Madrid | T: +34 913 198 584 M: info@gmh.es W: https://gmh.es/ |
| Guzmán Gastronomía, S.L. (Grupo Bidfood) | 118/85/ 1.200 | Fleisch, Backwaren, Obst, Gemüse | Mercabarna Longitudinal 5 número 53, 08040 Barcelona | T: +34 902 227 030 M: info@bidfoodiberia.com W: https://bidfoodiberia.com/ |
| Distribuidora Frionorte, S.L. | 59/73/ 1.200 | Fleisch, Fisch, Obst, Gemüse | Calle Llanos y Aceros, Nave N° 3, Carretera del Tablero, 38107 Santa Cruz de Tenerife | T: +34 902 555 585 M: info@5oceanos.com W: https://5oceanos.com / |
| Comercial Oblanca, S.A. | 78/72/ 1.200 | Lebensmittel allgemein | Polígono Ind. Onzonilla C/nº3 G-9 24231 Onzonilla (León) | T: +34 987 250 000 M: oblanca@oblanca.es W: https://www.oblanca.es/es |
| Frigoríficos Ferrer, S.A. | 72/71 3.000 | Fisch (frisch und tiefgefroren) | Mas de Bigas, 2, 08500 Vic (Barcelona) | T: +34 938 862 500 M: fferrer@fferrer.es W: https://www.fferrer.es/ca/ |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|------------------------------|--|--|---|---|
| Be-Nou, S.L. | 115/70/ k. A. | Lebensmittel allgemein, Getränke | C/Paletes Plind Pla Rigat, 08788 Vilanova del Camí | T: +34 938 062 212 M: info@bgrup.es W: https://www.bgrup.es/ |
| Iber Conseil España, S.A. | 61/60/ 1.200 | Käse | Paseo Manuel Girona 14, Bajos, 08034 Barcelona | T: +34 934 146 408 M: iber@iberconseil.es W: https://www.iberconseil.es/es/index.htm |
| Friolisa, S.A. | 67/55/ 5.000 | Fleisch, Fisch, Wurstwaren, Käse, Gemüse | Ctra. Nacional II- a, Km 3 17740 Vilafant (Girona) | T: +34 902 490 100 M: https://friolisa.es/es/inicio.html W: info@friolisa.es |
| Trading Sureste, S.L. | 63/51/ k. A. | Getränke, Lebensmittel allgemein | Pol. Ind. Lorquí "El Saladar II". Parcela 38-6-B, 30564 Lorquí (Murcia) | T: +34 968 693 222 M: info@tradingsureste.com W: https://tradingsureste.com/index.html |
| Confiterías del Sur, S.L. | 50/49/ 10.000 | Getränke, Lebensmittel allgemein | Pol. Ind. Carretera Amarilla C/Carlos Serra y Pickman, 157- 160, | T: +34 954 252 620 M: comunicacion@confisur.es |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|--|---|---|---|---|
| | | | 41007 Sevilla | W: https://www.confisur.es/ |
| Galaco, S.A. | 59/48/ k. A. | Getränke, Lebensmittel allgemein | Calle Acusa, 6, 35010 Las Palmas de Gran Canaria | T: +34 922 507 001 M: galaco@galacocanarias.com W: https://www.galacocanarias.com/ |
| Martínez de Quel, S.L. | 63/45/ 1.700 | Fleisch, Obst, Gemüse | Camino de Valdegastea 14- 18, 26007 Logroño (La Rioja) | T: +34 616 794 723 W: https://www.mardequiel.com/ M: ventas.logrono@mardequiel.com |
| Garcimar, S.L | 63/43/ 2.000 | Fleisch, Gemüse, Nachspeisen | S.L., C/F, nº26 Sector C Zona Franca, 08040 Barcelona | T: +34 902 101 019 M: barcelona@garcimar.com W: https://garcimar.com/ |
| Productos Alimentaris La Perla, S.L. | 33/36/ 1.300 | Getränke, Geflügel, Milch, Cerealien, Gewürze | C/Marie Curie s/n, 08430 La Roca del Vallès (Barcelona) | T: +34 938 402 004 M: info@laperlavalles.cat |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|---|---|---------------------------|---|---|
| | | | | W: https://www.laperlavalles.cat/ |
| Carnes Félix, S.A. | 45/35/ 700 | Fleisch | Ctra. Valencia – Alicante Km. 280, 46470 Albal (Valencia) | T: +34 961 220 510 M: carfesa@carfesa.es W: https://carnesfelix.com/ |
| Dillepasa, S.L. | 32/34/ k. A. | Backwaren, Nachspeisen | C/Alemania, 30, 08700 Igualada (Barcelona) | T: +34 938 051 250 M: dillepasa@dillepasa.com W: https://dillepasa.com/ |
| Mercaimpex, S.L. | 42/33/ k. A. | Fleisch | Calle 21 Nave 10 Mercamadrid 28053 Madrid | T: +34 917 866 230 M: info@mercaimpex.com W: https://mercaimpex.com/ |
| Vintae Luxury Wine Specialist, S.L. | 31/33/ k. A. | Wein | Vara de Rey, 7 – 1ºD 26003 Logroño | T: +34 941 012 094 M: concursos@vintae.com W: https://vintae.com/ |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|---------------------------|--|---------------------------|---|---|
| Discema, S.A. | 52/33/ k. A. | Getränke | Ronda Norte Xirivella, CV- 403, n.º5., 46950 Xirivella (Valencia) | T: +34 963 134 930 M: discema@discema.com W: https://discema.com/ |
| Rubiato Paredes, S.L. | 44/33/ k. A. | Fleisch | Calle de los Cerrajeros, 6 y 8 28923 Alcorcón (Madrid) | T: +34 916 415 512 M: rubiatoparedes@rubiatoparedes.com W: https://rubiatoparedes.com/inicio/ |
| Alacenes Carmona, S.A. | 38/33/ 10.000 | Lebensmittel allgemein | C/Antiquaria, 1. P.I Antequera 29200 Antequera (Málaga) | T: +34 952 703 050 M: info@abasthosur.es W: https://abasthosur.es/ |
| Joaquín Ayora, S.A. | 37/32/ 4.000 | Fleisch, Fisch | Calle Calidad 68 Pol. Industrial Los Olivos C.P 28906 Getafe (Madrid) | T: +34 916 214 585 M: jasa@jasaalimentacion.com W: https://jasaalimentacion.com/ M: jasa@jasaalimentacion.com |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|--|---|--|---|---|
| Kaiku KMO, S.L. | 45/30/ k. A. | Milch, Kaffee, Joghurt, Nachspeisen, Käse | Mikeletegi Pasealekua, 55, 20009 Donostia (Gipuzkoa) | T: +34 914 991 750 M: atencionalcliente@kaiku.es W: https://kaiku.es/ |
| A. Basarrate, S.A. | 31/30/ k. A. | Wein, Schokolade, Wurstwaren | Pol. Ind. Ugaldeguren II Parcela 16 48170 Zamudio (Bizkaia) | T: +34 944 520 063 M: abasarrate@abasarrate.com W: http://abasarrate.com/ |
| Disterri, S.A. | 36/30/ k. A. | Bier, Wasser, Säfte, Molkerei- produkte | c/Priora Xixilona, 30-34 - Po. Ind. Canilla, 08530 La Garriga (Barcelona) | T: +34 938 718 329 M: comandes@disterri.com W: https://disterri.com/es |
| Distribuidor de Bebidas Centro Sur, S.L. | 37/30/ k. A. | Getränke | Calle Dehesa de Marimartin 1, Navalcarnero, 28600 Madrid | T: +34 918 114 152 M: c-sur@c-sur.com |
| Grupo Licores Reyes | 35/30/ k. A. | Bier, Wein | Av Madrid, 5 - 7 (Pol. Albresa), 28342 Valdemoro (Madrid) | T: +34 918 956 151 M: hola@reyesgrupo.com |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|----------------------------|---|---|--|---|
| | | | | W: https://www.reyesgrupo.com/ |
| Frigoríficos Morales, S.A. | 42/29/ 3.500 | Fisch, Gemüse, Käse | Pgno Ind. Los Camachos Avda. Magnesio nº 28 - 29 - 30 Los Camachos, C.P. 30369 Cartagena | T: +34 968 552 111 M: hola@moralesalimentacion.com W: https://www.moralesalimentacion.com/ |
| Assolim Alimentaria, S.L. | 46/29/ k. A. | Fleisch, Obst, Gemüse, Fisch | Delegació Central Vicenç Bou, núm. 5 - 11 Pol. Ind. Sud, 08440 Cardedeu (Barcelona) | T: +34 937 554 740 M: assolim@assolim.com W: https://assolim.com/ |
| Plataforma Femar, S.L. | 26/29/ k. A. | Molkerei- produkte | C. la Red Nueve, 2, 41500 Alcalá de Guadaíra (Sevilla) | T: +34 955 634 122 M: leche_escolar@plataformafemar.com W: http://www.plataformafemar.com/ |
| P. Llinares, S.L. | 41/29/ 800 | Fisch, Fleisch, Gemüse, Teigwaren | Av. la Unión, 5, 11206 Algeciras (Cádiz) | T: +34 956 580 407 M: info@pllinares.com W: https://congeladosllinares.es/ |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|----------------------------------|---|-----------------------------------|---|---|
| Ramón Cuisiné Hill, S.A. | 29/28/ 1.200 | Salz, Zucker, Trockenfrüchte | Avinguda del Garraf 2 - 10 Polígon Industrial de Sant Pere Molanta 08799 Olèrdola (Barcelona) | T: +34 938 921 688 M: customerservice@rcusine.com W: https://www.rcusine.com/es/ |
| 1898 Companya de Begudes, S.L.U. | 66/27/ k. A. | alkoholische Getränke | Carrer d`es Teixidors, 17 - 19, 07141 Marratxí (Illes Balears) | T: +34 971 604 752 M: info@distribucionstunel.com W: https://distribucionstunel.com/ |
| Buenaventura Borrás, S.A. | 31/27/ 1.200 | Speiseeis, Gefrierprodukt e | Pol. Industrial Monzu, Ronda de la Industria, 75, Rda. de la Industria, 75, 22006 Huesca | T: +34 933 878 462 M: borras@bborras.com W: http://www.bborras.com/index_cas.html |
| Deca 1285, S.L. | 32/27/ k. A. | Gemüse, Fisch, Fleisch | C. Hemingway, 3, 29004 Málaga | T: +34 952 416 007 M: info@congeladosdeca.com W: https://www.congeladosdeca.com/ |
| Disceas, S.L. | 24/27/ k. A. | Getränke, Obst und Gemüse, | Carr. de la Estación, 34, | T: +34 985 793 779 M: info@disceas.es |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|----------------------------------|---|---|---|---|
| | | Lebensmittel allgemein, Milch, Bier | 33429 Viella (Asturias) | W: https://disceas.es/es/ |
| Grup Alimentari Disteco | 27/27/ k. A. | Fleisch, Wurstwaren, Getränke | C/Torre de Cellers, 5, Pol. Ind. Can Volart, 08150 - Parets del Valles (Barcelona) | T: +34 938 498 059 M: info@gadisteco.com W: https://disteco.com/ |
| Davigel España, S.A. | 35/26/ k. A. | Fertiggerichte | Carretera Reial, 122 B - 4ª planta 08960 Sant Just Desvern (Barcelona) | T: +34 932 626 455 M: info@davigel.es W: https://www.davigel.es/ |
| Hispama Innova, S.L. | 28/25/ k. A. | Fleisch | C. Sierra de Guadarrama, 6, 28830 Madrid | T: +34 916 761 954 M: hisपालis@interbook.net |
| Distribuciones Viñafiel, S.L. | 29/24/ k. A. | Wein, alkoholische Getränke | P.I. Los Llanos – C/Castilla la Mancha, Parc. 153 - 154, 41909 Salteras (Sevilla) | T: +34 955 998 296 M: mmuruve@vinafiel.com W: https://www.vinafiel.com/ |
| Ofistrade, S.A. | 24/24/ k. A. | k. A. | Buenos Aires, 38 - 40, Entlo. C, 08036 Barcelona | T: +34 934 306 870 M: info@ofistrade.com |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019/ 2020 (Mio. €) / Referenzen | Sortiment | Anschrift | Kontakt |
|-----------------------------|---|--|--|---|
| | | | | W: http://ofistrade.com/ |
| Formatges de Valencia, S.A. | 30/23/ k. A. | Molkerei- produkte | Av. del Ferrocarril, 4, 08840 Viladecans (Barcelona) | T: +34 961 667 390 M: tgtbcn@grupotgt.com W: https://www.grupotgt.com/en/ |
| Casa Westfalia, S.A.U. | 23/18/ k. A. | Spezialist für breite Palette deutscher Lebensmittel (u. a. Fleisch, Molkereiprodukte, Tiefkühlkost), 12 Niederlassungen, u. a. Balearen und Kanaren | Poligon Industrial V-2, 17111 Vulpellac, (Girona) | T: +34 972 645 525 W: https://casawestfalia.com/ M: central@westfalia.es |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

9.4.3 Cash & Carry⁶²

| Unternehmen | Umsatz 2019 / 2020 (Tsd. €) / N total Standorte | Anschrift | Kontakt |
|------------------------------------|--|--|---|
| Makro Autoservicio Mayorista, S.A. | 1.253/1.033/ 37 | Industrial estate Silvota, Llanera, Calle Peña Santa, Parcela 2, 33192, Asturias | T: +34 900 907 503 M: atencionclientes.11@makro.es W: https://www.makro.es/?itm_pm=e:s:nav_logo:ctr:bhc:0 |
| GM Food Iberica, S.A. | 1.161/1.030/ 103 | Avenida Premios Nobel, 2 - 4, 28850 Torrejón de Ardoz, Madrid | T: +34 900 300 097 M: sac@gmfood.es W: https://www.gmfood.es/ |
| HD Covalco, S.A. | 580/600/ 102 | Ctra. Barcelona - Puigcerdà km. 25,6 08403 Granollers (Barcelona) | T: +34 938 615 200 M: covalco@covalco.es W: https://www.covalco.es/ |
| Alimentacion Peninsular, S.A. | 263/225/ 15 | Avda de Malaga 38, 14550 Montilla, Córdoba v | T: +34 957 650 447 M: alipensa@alipensa.es W: http://www.sercodiclientes.es/ |
| Grupo Dian | 169/178/ 3 | Avda. de la Prensa, 9. 41007 Sevilla | T: +34 954 670 900 M: grupodian@grupodian.com W: https://www.grupodian.es/ |
| Cashdiplo, S.L. | 149/118/ 23 | Calle Islas Cíes, 1, 28905 Getafe (Madrid) | T: +34 662 970 320 M: sac@cashdiplo.es W: http://www.cashdiplo.es/ |
| Musgrave Espana, S.A. | 214/218/ 20 | CV-851, 9, 03293 Elche, Alicante | T: +34 966 657 300 M: info@musgrave.es |

⁶² Publicaciones Alimarket, S.A. (2021): Cash & Carry, El sector encara el segundo semestre del año. URL: <https://www.alimarket.es/alimentacion/informe/332336/informe-2021-del-sector-de-cash-carry>, aufgerufen am 22.01.2022.

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019 / 2020 (Tsd. €) / N total Standorte | Anschrift | Kontakt |
|----------------------------------|--|---|---|
| | | | W: https://www.musgrave.es/ |
| Manuel Barea, S.A. | 148/143/ 4 | Calle Rafael Beca Mateos, 58, 41007 Sevilla | T: +34 954 518 722 M: info@barea.com W: https://www.barea.com/ |
| Híper Usera, S.L. | 352/373/ 11 | Avenida Principal, 1D, 28991 Torrejón de la Calzada, (Madrid) | T: +34 918 609 902 M: atencioncliente@hiperusera.es W: https://hiperusera.es/ |
| Hermanos Ayala Sousa, S.L. | 216/210/ 1 | Autovía A-376, Km. 20,3, 41710 Utrera (Sevilla) | T: +34 955 867 848 M: informacionweb@hermanosayala.es W: http://www.hermanosayala.es/en/ |
| Comercial Jesuman, S.A. | 182/190/ 11 | Calle Juesus Hernandez Guzman, 38110 Santa Cruz de Tenerife | T: +34 922 959 500 M: gruposjesuman@gruposjesuman.es W: http://www.comercialjesuman.es/ |
| Semark AC Group, S.A. | 588/677/ 10 | Ctra. Santander-Bilbao, 15A, 39011 Santander, (Cantabria) | T: +34 942 295 295 M: secretariadministracion@semark.com |
| Comercial Martínez Sánchez, S.L. | 51/45/ 14 | Rúa Coveliño, Polígono Industrial O Campiño, s/n, 36158 | T: +34 986 708 131 M: info@cashgalicia.net W: https://cashgalicia.net/ |

9. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktmöglichkeiten

| Unternehmen | Umsatz 2019 / 2020 (Tsd. €) / N total Standorte | Anschrift | Kontakt |
|----------------------------------|--|---|---|
| Mercash Sar, S.L. | 117/102/ 18 | Calle de Fuencarral, 139, 4° D, 28010 Madrid | T: +34 981 179 300 M: acliente@cashrecord.com W: http://cashrecord.com |
| Gadisa | 1.107/1.200/ 12 | Polígono de Piadela, s/n, 15300 Betanzos A Coruña | T: +34 981 779 600 M: atencioncliente@gadisa.es W: https://www.gadisa.es/ |
| Unide | 216/247/ 13 | Calle 21, Parcela A-2, 28053 Madrid | T: +34 913 82 65 00 M: expansion@unide.es W: https://web.unide.es/ |
| Sánchez Vázquez Hermanos, S.A. | 49/45/ 13 | C/Dr. Fleming, 395 (P I Torrehierro) 45600 Talavera de la Reina | T: +34 925 800303 M: info@unicash.es W: https://www.unicash.es/ |
| Vicente Alonso, S.L. | 38/41/ 10 | Poligono Industrial Rio San Pedro, 11519 Puerto Real, Cádiz | T: +34 956 478 008 M: jorge@vicentealonso.com W: https://serodys.com |
| Serv. Alim. Y Beb. Asturias 2005 | 90/65/ 5 | Travesía del Cristal, 3, Aviles, 33401 Asturias | T: +34 985 569 082 W: nicht vorhanden M: administracion@supercash.es |
| Ignacio de las Cuevas, S.A. | 94/108/ 15 | Pol. Ind. de San Cibrao, Rúa 1, 10 32901 San Cibrao das Viñas Ourense | T: +34 988 211 013 M: info@grupocuevas.com W: https://www.grupocuevas.com/ |

9.5 Presse, Magazine, Zeitungen

| Fachzeitschrift | Beschreibung | Adresse | Kontakt |
|----------------------------------|---|---|--|
| Restauración Colectiva | Zielgruppe: Fachleute (Manager, Köche, Qualitäts- und Lebensmittelsicherheits-techniker, Ernährungsberater, Trainer), Fokus auf Gemeinschaftssektor (Schulkantinen, Wohnheime, Krankenhäuser, Transportverpflegung) | C/Sicilia, 253. 2º- 1ª. 08025 Barcelona | W: https://www.restauracioncolectiva.com/ |
| Alimarket Hoteles y Restaurantes | Zielgruppe: Fachleute und Unternehmen, Fokus auf den Sektoren Hotel, Gesundheit, Logistik etc. | C/Valentín Beato, 22 3. Stock 28037 Madrid | T: +34 913 274 340 M: kunde@alimarket.es W: https://www.alimarket.es/hoteles/revista |
| Distribución y Consumo | Inhalte verschiedener Autoren aus Universitäten, Journalismus und professionellen und institutionellen Sektoren | | T: +34 913 500 609 M: contacto@mercasa.es W: https://www.mercasa.es/ |

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

März 2022

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Argus/stock.adobe.com

TEXT

| | |
|--|---|
| GEFA Exportservice GmbH Gertraudenstr. 20 10178 Berlin, Deutschland www.gefaexportservice.com | Deutsche Handelskammer für Spanien Avenida Pio XII, 26-28 28016 Madrid, Spanien www.ahk.es |
|--|---|

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Sonja Hammann
Markus Kemper
Sabrina Branner

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernehmen die GEFA Exportservice GmbH und die Deutsche Handelskammer für Spanien 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 die GEFA Exportservice GmbH und die Deutsche Handelskammer für Spanien und zweitens die Förderung durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gestattet.

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

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

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

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

 [Lebensministerium](https://www.instagram.com/Lebensministerium)

www.agrarexportfoerderung.de

