



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Luxemburg

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

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	3
Abbildungsverzeichnis	5
Abkürzungsverzeichnis	6
1. Executive Summary	7
2. Einleitung.....	8
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....	9
3.1 Länderkurzinformationen.....	9
3.2 Wirtschaftslage und Aussichten	9
3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion	10
4. Die Süßwarenindustrie	11
4.1 Einführung in den Markt	11
4.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)	12
4.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	13
4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	15
5. Die Knabberartikelindustrie	16
5.1 Einführung in den Markt	16
5.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)	16
5.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	18
5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten	18
6. Die Backwarenindustrie	19
6.1 Einführung in den Markt	19
6.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)	19
6.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	20
6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	21
7. Die Cerealienindustrie	22
7.1 Einführung in den Markt	22
7.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)	22
7.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	23
7.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	23
8. Der Speiseeismarkt.....	24
8.1 Einführung in den Markt	24
8.2 Überblick über die Exporte und Importe (Ziel und Herkunftsländer)	24
8.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller	25

8.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	26
9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt	28
10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme	29
10.1 Zoll- und präferenzrechtliche Bestimmungen	29
10.2 Kennzeichnungsvorschriften	29
10.3 Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren	30
10.4 Weiterführende Information	30
11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikeln aus Deutschland	32
12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten	34
12.1 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen	34
12.2 Lebensmitteleinzelhandel	38
12.3 Importeure/Hersteller	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Herkunftsländer luxemburgischer Importe der Warengruppe HS-1704 im Jahr 2020 (in Mio. USD)	12
Abbildung 2: Auswahl von Schokoladenprodukten des Herstellers Oberweis.....	13
Abbildung 3: Auswahl an Produkten des Herstellers Genaveh	14
Abbildung 4: Auswahl belgischer Sigoji Schokolade/Pralinen im Fachgeschäft Ochocolats ...	15
Abbildung 5: Zielländer luxemburgischer Exporte der Warengruppe HS-200520 im Jahr 2020 (in Tsd. USD).....	16
Abbildung 6: Herkunftsländer luxemburgischer Importe der Warengruppe HS-1704 im Jahr 2020 (in Mio. USD)	17
Abbildung 7: Produktauswahl Lët'z Chips.....	18
Abbildung 8: Ex- und Importvolumen der HS-Produktgruppe 1905 (in Mio. USD)	20
Abbildung 9: Auswahl an Müsli und Cornflakes der Eigenmarke BIOG	23
Abbildung 10: Ex- und Importvolumen Speiseeis (in Mio. USD).....	25
Abbildung 11: Auswahl an Eissorten des Herstellers Oberweis	26
Abbildung 12: Auswahl an Speiseeissorten des Herstellers Luxlait.....	26
Abbildung 13: Deutsche Exporte von Süßwaren und Knabberartikel nach Luxemburg im Jahr 2021 (in t).....	32
Abbildung 14: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Luxemburg im Jahr 2021 (in Tsd. EUR).....	33
Abbildung 15: Einfuhren von Feinen Backwaren nach Luxemburg im Jahr 2021 (in Mio. USD).....	33

Abkürzungsverzeichnis

ALVA	Luxemburgische Veterinär- und Lebensmittelbehörde (Administration luxembourgeoise vétérinaire et alimentaire)
BIP	Bruttoinlandsprodukt
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
EU	Europäische Union
EUR	Euro
g	Gramm
ha	Hektar
HS	Harmonisiertes System der Zollnomenklatur
l	Liter
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
OEC	The Observatory of Economic Complexity
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
u. a.	unter anderem
USD	US-Dollar
z. B.	zum Beispiel

1. Executive Summary

Luxemburg ist ein kleiner Binnenstaat innerhalb der Europäischen Union, dessen vergleichsweise kleine, multinationale Bevölkerung einen hohen Konsum an Süßwaren aufweist. Der luxemburgische Verbrauchermarkt ist offen für internationale Marken und der luxemburgische Verbraucher schätzt innovative und nachhaltige Produkte. Gesundheit und Wohlbefinden sind darüber hinaus wichtige Kriterien, die das Kaufverhalten der Konsumenten bestimmen.

Gleichzeitig durchläuft der Sektor einen entscheidenden Wandel. Der Trend geht hin zum biologischen Anbau und Nachhaltigkeitsaspekte rücken in den Fokus, um zum einen neue Herausforderungen in Bezug auf den Klimawandel zu bewältigen, aber auch um die Anpassung an neue Verbrauchertrends zu bewerkstelligen. Einer dieser Trends ist der steigende Konsum von gesunden Snacks oder Schokoladen. Die Unternehmensstruktur des Süßwarenssektors wird von einer mehrheitlichen Präsenz globaler Unternehmenskonzerne gekennzeichnet, aber auch luxemburgische Familienunternehmen, insbesondere im Schokoladen- und Backwarenssektor, sind vertreten und nehmen eine bedeutende Marktposition ein.

Aufgrund der räumlichen Nähe und der bereits vorhandenen Süßwarenproduktionsstätten in den größeren Beneluxstaaten wird der luxemburgische Markt überwiegend von dort aus bedient. Gleichzeitig bietet der Markt gute Chancen für deutsche Hersteller der Süßwarenindustrie.

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum luxemburgischen Markt für Süßwaren und Knabberartikel wurde im Oktober 2022 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft erstellt. Das Ziel ist es, interessierten deutschen Unternehmen einen Überblick über die Marktstrukturen und -charakteristika sowie über die Potenziale und Chancen eines Markteinstiegs in Luxemburg zu vermitteln.

Nach einem Überblick über die allgemeine Wirtschaftsstruktur sowie die ökonomische Lage und Aussichten, wird kurz die luxemburgische Lebensmittelproduktion beleuchtet. Anschließend werden fünf Produktgruppen – Süßwaren (Schokolade, Bonbons, Fruchtgummis und ähnliche Zuckerwaren), Knabberartikel (Kartoffelchips, Erdnüsse, Nüsse und Samen), Backwaren (Kekse, Kuchen und Knäckebrötchen), Cerealien (Flakes, Müsli und Granola) sowie Speiseeis – näher betrachtet. Insbesondere die Anzahl, Größe und Niederlassungen der luxemburgischen Produzenten, die Umsätze der Industrien sowie die Preisentwicklung werden bei der Analyse berücksichtigt. Außerdem werden die dominierenden Hersteller vorgestellt und das Potenzial für deutsche Hersteller der jeweiligen Industrie bestimmt.

Ferner bietet die Studie eine Bestandsaufnahme der Chancen und Risiken deutscher Lieferanten. Abschließend folgt eine Auflistung relevanter Unternehmen, Importeure und Verbände, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformationen

Das Großherzogtum Luxemburg ist eines der kleinsten Länder innerhalb der Europäischen Union (EU) und hat eine Bevölkerung von etwa 600 Tsd. Menschen. Luxemburg ist zudem ein Binnenstaat, der von Frankreich, Deutschland und den Niederlanden umgeben ist. Dieser Umstand führt auch dazu, dass Menschen aus den Nachbarländern täglich die Grenze überqueren, um in Luxemburg zu arbeiten. Luxemburg heißt auch die Hauptstadt, welche eine der drei offiziellen Hauptstädte der EU präsentiert. Das Land verzeichnet eine der höchsten Bevölkerungswachstumsraten der Welt, wobei die Mehrheit der Bevölkerung aus dem Ausland stammt und somit dem Land einen internationalen und mehrsprachigen Charakter verleiht.¹

Die Sprachensituation im Großherzogtum ist durch den Gebrauch und die gesetzliche Anerkennung der drei Amtssprachen Luxemburgisch, Französisch und Deutsch gekennzeichnet. Englisch ist die Verkehrssprache der großen ausländischen Gemeinschaft, die bei den europäischen Institutionen, im Bankensektor und in der Industrie beschäftigt ist. Zudem gibt es in Luxemburg eine große portugiesische Gemeinschaft.²

3.2 Wirtschaftslage und Aussichten

Luxemburg ist zwar in der Größe ein eher überschaubares Land, international aber durchaus konkurrenzfähig. Laut dem Wettbewerbsfähigkeit-Index des World Economic Forum belegte Luxemburg 2019 weltweit den 18. Rang, noch vor Belgien, China und Italien. Im Vergleich dazu: Deutschland belegte den siebten Platz.³ Luxemburg ist ein wirtschaftlich hoch entwickeltes Land mit einem der höchsten Bruttoinlandsprodukte (BIP) der Welt. Das BIP pro Kopf lag im Jahr 2021 bei knapp 109 Tsd. EUR und fiel damit mehr als doppelt so hoch aus wie das in Deutschland (42,92 Tsd. EUR).⁴ Für das Jahr 2023 wird das Wachstum des realen BIP auf 2,7 % gegenüber dem Vorjahr prognostiziert. Grundsätzlich bietet das hohe Pro-Kopf-Einkommen, die mehrsprachige Komponente sowie das gute Ausbildungsniveau in Luxemburg eine vielversprechende Investitionsgrundlage für deutsche Unternehmen.

Die Wirtschaftsleistung hängt hauptsächlich vom Finanzwesen, dem Stahl- sowie dem Industriesektor ab. Luxemburg gilt als Land, in dem es sehr günstige Bedingungen zur Aufnahme von Geschäften gibt. Die niedrigen Steuersätze locken zudem multinationale

¹ Tageblatt (2018): Luxemburg ist gut aufgestellt – und belegt 19. Platz im „World Competitiveness Report“, unter <https://www.tageblatt.lu/headlines/luxemburg-ist-gut-aufgestellt-und-belegt-19-platz-im-world-competitiveness-report/>, aufgerufen am 21.10.2022

² Debelux AHK (2022): Die Märkte Belgien und Luxemburg, unter <https://debelux.ahk.de/debelux-info/maerkte>, aufgerufen am 18.10.2022

³ World Economic Forum (2019): The Global Competitiveness Index 4.0 2019 Rankings, unter https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf, aufgerufen am 20.10.2022

⁴ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten Kompakt Luxemburg, unter https://www.gtai.de/resource/blob/15222/ba4bc23036a0db447dd02768c164d447/GTAI-Wirtschaftsdaten_Mai_2022_Luxemburg.pdf, aufgerufen am 20.10.2022

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

Konzerne an. So befindet sich bspw. die Firmenzentrale des weltweit führenden Süßwarenherstellers Ferrero in Luxemburg.

3.3 Zentren der Lebensmittelproduktion

Wie in vielen anderen Ländern steigt auch in Luxemburg die Nachfrage nach saisonal und regional produzierten Lebensmitteln stetig an. Um der Abhängigkeit von internationalen Lieferketten entgegenzuwirken, ist es umso wichtiger, auf lokal produzierte Lebensmittel umzusteigen. So sensibilisiert das luxemburgische Ministerium MAVDR im Rahmen eines Maßnahmenpakets die Bürger für regionale Lebensmittel unter dem Motto „Sou frësch, sou Lëtzebuerg“ (So frisch, so Luxemburg).⁵

Die nationale Lebensmittelproduktion in Luxemburg ist klein und überschaubar. Die zahlreich etablierten Finanzinstitute haben dazu beigetragen, dass sich die luxemburgische Wirtschaft von einer traditionell geprägten Agrarwirtschaft zu einem Dienstleistungssektor gewandelt hat. Die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe in der Region ging von 7,6 Tsd. Betrieben im Jahr 1970 auf 2,6 Tsd. Betriebe im Jahr 2011 zurück. Über 126 Tsd. ha Land in Luxemburg werden immer noch landwirtschaftlich genutzt. Die Milchviehhaltung spielt eine wichtige Rolle im Agrarsektor des Landes, wobei mehrere Betriebe mehr als 50 Milchkühe auf 60 ha Land halten. Weitere bedeutende Standbeine der Lebensmittelproduktion sind der Wein- und Gemüseanbau mit einem Fokus auf dem Anbau von Kartoffeln. Knapp 1,2 Tsd. ha Rebfläche werden an der Luxemburger Mosel bewirtschaftet, 266 Winzerbetriebe verteilen ihre Traubenernte auf 65 Weingüter und 3,5 Mio. Flaschen Crémant de Luxembourg werden jährlich hergestellt. Zudem werden in Luxemburg jährlich ca. 18,98 Tsd. t Kartoffeln produziert.⁶

⁵ Landwirtschaftsportal (2022): Sou frësch, sou Lëtzebuerg, unter <https://agriculture.public.lu/de/actualites/dossiers/2020/regional-saisonal-de.html>, aufgerufen am 17.10.2022

⁶ Landwirtschaftsportal (2022): Produktion und Konsum/Production et consommation, unter <https://agriculture.public.lu/de/publications/konsumenten/infografiken/produktion-konsum.html>, aufgerufen am 20.10.2022

4. Die Süßwarenindustrie

4.1 Einführung in den Markt

Die luxemburgische Lebensmittelindustrie ist stark von Importen abhängig und dementsprechend werden auch sehr viele Süßwaren importiert. Viele der Süßwarenmarken aus den Nachbarländern Deutschland, Belgien und Frankreich, aber auch Marken aus Portugal sind in Luxemburg präsent und bekannt.

Internationale Hersteller der Süßwarenbranche steuern den Verkauf ihrer Produkte überwiegend von den Nachbarländern aus. Die Präsenz ausländischer, vor allem belgischer Lebensmitteleinzelhändler in Luxemburg ist auffällig und unterstreicht die gemeinsamen Bearbeitung beider Märkte. Nichtsdestotrotz legt Luxemburg Wert auf eine regionale Produktion und versucht, sofern vorhanden, heimische Marken zu fördern und in den Supermarktregalen zu platzieren. Zu den wichtigsten Tendenzen der luxemburgischen Verbraucher zählen das steigende Bewusstsein für die Herkunft von Produkten und die damit verbundene Präferenz für lokal hergestellte Produkte.

Die Webseite www.letzshop.lu wird von luxemburgischen Gemeinden betrieben und bietet unter der Hauptrubrik „Made in Luxemburg“ einen Überblick über lokal produzierte Lebensmittel. Wird die Unterkategorie Essen Trinken & Genuss der Hauptrubrik betrachtet, so sind im Süßwarenbereich im Segment Schokolade und Backwaren lokale Marken wie Genaveh und Gérard Cayotte stark vertreten.⁷

Beim größten landeseigenen Handelsunternehmen Cactus fallen knapp 15% des Umsatzes auf Süßwaren. Produkte der Eigenmarke Cactus sind nur bei wenigen Warengruppen, wie bspw. bei Nüssen, zu finden. Die restlichen Süßwaren sind größtenteils internationale Markenprodukte. Haribo ist in der Sparte Fruchtgummis ein Verkaufsschlager, aber auch Storck, Katjes und Sugus Kaubonbons von Wrigley sind umsatzstarke Produkte. Für den luxemburgischen Verbrauchermarkt lässt sich daher eine starke Orientierung hin zu Qualitäts- und Markenartikel feststellen, weil sie damit Vertrautheit bzw. Gewohnheit verbinden. Aus diesem Grund hat sich das Sortiment von Aldi in Luxemburg zunehmend für Markenprodukte geöffnet, sodass 10 % des Warensortiments markenorientiert gestaltet sind. Dies ermöglicht, dass Kunden ihre gesamte Einkaufsliste in einem Geschäft finden.⁸

⁷ Letzshop Lu (2022): Essen, Trinken & Genuss, unter https://letzshop.lu/de/nahrungsmittel-getraenke-und-tabak?made_in_luxembourg=true, aufgerufen am 21.10.2022

⁸⁸ Paperjam (2022): Aldi veut être le discounter du futur, unter <https://paperjam.lu/article/aldi-veut-etre-discounter-futu>, aufgerufen am 24.10.2022

4. Die Süßwarenindustrie

Beim Schokoladenkonsum zeigt sich neben biologischer Erzeugung ein verstärkter Trend Richtung Nachhaltigkeit. Luxemburger konsumieren im Durchschnitt für 35,60 EUR pro Jahr unter dem Label Fairtrade gehandelte Produkte. Der Konsum stieg dabei besonders bei Schokolade.⁹

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

Luxemburg exportierte im Jahr 2020 Süßwaren (Zucker- und Süßwaren) der HS- Warengruppe 1704 in Höhe von rund 11,6 Mio. USD. Im selben Jahr wurden Süßwaren von knapp 21,6 Mio. USD eingeführt. Diese Zahlen untermauern erneut die starke Importabhängigkeit.¹⁰ Die wesentlichen Herkunftsländer waren Luxemburgs direkte Nachbarländer Belgien mit einem Importvolumen in Höhe von 11,9 Mio. USD, Deutschland (4,3 Mio. USD) gefolgt von Frankreich (1,87 Mio. USD) und knapp dahinter die Niederlande (1,81 Mio. USD). Luxemburg ist bei den Importen im Bereich Süßwaren auf Rohstoffe wie Zucker angewiesen, die entsprechend eingeführt werden müssen. An den doppelt so hohen Importen lässt sich somit ebenfalls eine verstärkte Nachfrage nach Zucker ablesen.

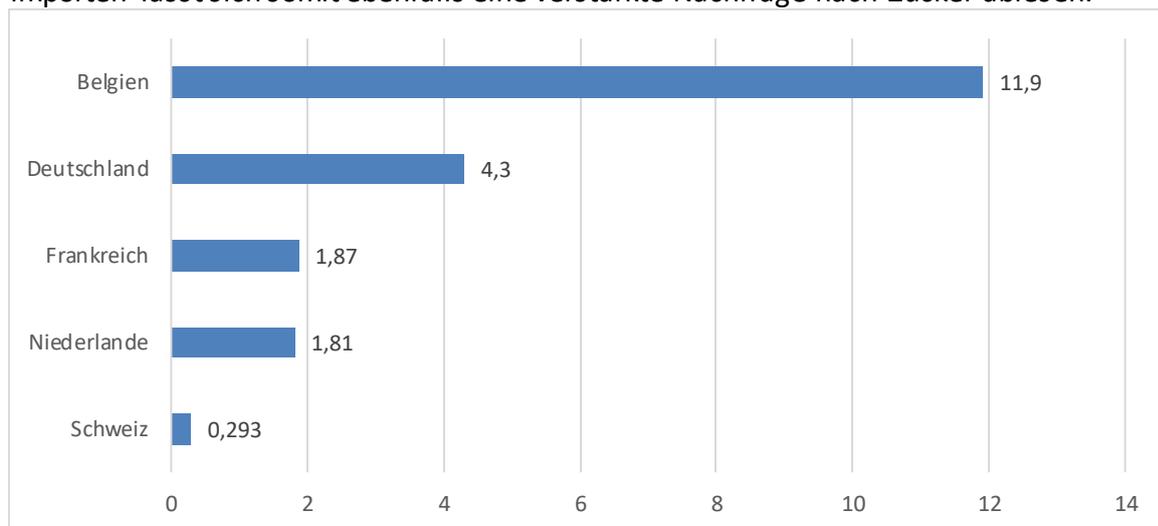


Abbildung 1: Herkunftsländer luxemburgischer Importe der Warengruppe HS-1704 im Jahr 2020 (in Mio. USD)

Quelle: eigene Darstellung nach OEC World (2022)

Bei den Ex- und Importen der HS-Warengruppe 1806, welche Schokoladen und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen umfasst, ist zunächst auffallend, dass die Importzahlen geringfügig unter den Exportzahlen liegen. Hier verzeichnete Luxemburg sogar eine positive Handelsbilanz. Im Jahr 2020 exportierte Luxemburg Schokoladen im Wert von

⁹ Tageblatt Letzebuerg: Fairtrade Luxembourg / Bilanz für 2019: Viele Bananen, viel Kakao, weniger Rosen, unter <https://www.tageblatt.lu/headlines/bilanz-fuer-2019-viele-bananen-viel-kakao-weniger-rosen/>, aufgerufen am 23.10.2022

¹⁰ OEC World (2022): sugar and sugar confectionery, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/sugars-and-sugar-confectionery/reporter/lux>, aufgerufen am 24.10.2022

4. Die Süßwarenindustrie

64,5 Mrd. USD und importierte in Höhe von 63,8 Mio. USD. Die wichtigsten Ausfuhrländer sind Israel (39,2 Mio. USD), Dänemark (7,17 Mio. USD), Niederlanden (1,9 Mio. USD) und Frankreich (1,79 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Exportmärkte waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Israel mit einem Wachstumsvolumen in Höhe von knapp 40 Mio. USD, gefolgt von Kasachstan (1,56 Mio. USD) sowie die Niederlande (1,11 Mio. USD). Etwa 36 Mio. USD der luxemburgischen Importe stammen aus Belgien, 11,7 Mio. USD wurden im Jahr 2020 aus Deutschland importiert, gefolgt von Frankreich mit 10,4 Mio. USD.¹¹

4.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

In Luxemburg sind vor allem die Schokoladenmarke Cote d'Or vom Hersteller Mondelez sowie die Marken von Ferrero marktführend. Darüber hinaus ist die schweizer Premium-Schokoladenmarke Frey ein absatzstarkes Produkt. Die Handelskette Cactus besitzt für Frey ein exklusives Vertriebsrecht in Luxemburg. Frey ist mittlerweile eine Marke des Unternehmens Delica, welches ein Zusammenschluss aus den Unternehmen Chocolat Frey AG, Delica AG, Midor AG, Riseria SA und Total Capsule Solutions ist.¹²

Heimische Produzenten der Produktgruppe Schokolade sind u. a. die luxemburgischen Hersteller Oberweis, Genaveh, Ochocolats und Gérard Cayotte. Das mittelständische familiengeführte Unternehmen Oberweis steht für original luxemburgische Pralinen und ist zudem wegen seiner hochgeschätzten und innovativen Qualität offizieller Hoflieferant des Großherzoglichen Hofes von Luxemburg.¹³ Oberweis verkauft bspw. auch Fruchtgummis, Bonbons und Dragees. Eine Tafel Vollmilchschokolade mit einem Gewicht von 40 g kostet 2,70 EUR, eine 90 g Tafel Schokolade mit Früchten kostet ca. 6,10 EUR.

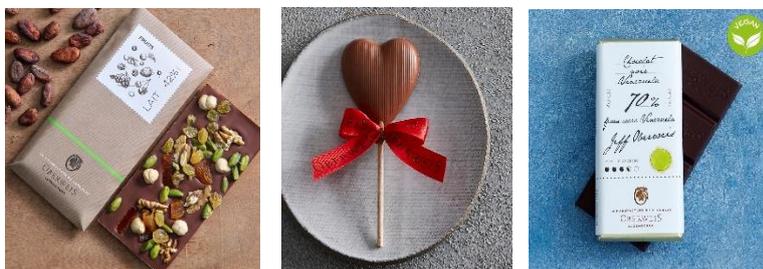


Abbildung 2: Auswahl von Schokoladenprodukten des Herstellers Oberweis

Quelle: Oberweis (2022)

Die Schokoladenmarke Genaveh wurde erst 2005 ins Leben gerufen. Ziel war es handgefertigte regionale Made in Luxemburg Schokoladen/Pralinen, mit qualitativ

¹¹ OEC World (2022): Chocolate in Luxembourg, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/chocolate/reporter/lux>, aufgerufen am 24.10.2022

¹² Delica (2022): Über uns, <https://www.delica.com/de/unternehmen/ueber-uns>, aufgerufen am 24.10.2022

¹³ Oberweis (2022): Familientradition, unter <https://www.oberweis.lu/de/DE/la-maison>, aufgerufen am 24.10.2022

4. Die Süßwarenindustrie

hochwertigen Rohstoffen am Standort Steinfurt herzustellen. Die Produkte werden landesweit in zahlreichen Geschäften verkauft. Die Produkte werden zudem in Frankreich vermarktet und im Jahr 2021 wurden Vertriebspartnerschaften mit Saudi-Arabien, Israel und Kanada abgeschlossen. Genaveh setzt neben Regionalität auch auf Innovation, dazu zählen bspw. Pralinen aus Sesam, Feuilletine oder Pistazie, verfeinert mit einer Messerspitze Salz. Neben Pralinen werden auch Brotaufstriche hergestellt. Auch Knabberartikel, wie Mandeln überzogen mit Schokolade, sind Bestandteil des Unternehmensportfolios. Für die Brotaufstriche werden statt Palmöl Kokosöl verwendet.¹⁴ Eine klassische 100 g Tafel Schokolade liegt preislich bei knapp 5,80 EUR.



Abbildung 3: Auswahl an Produkten des Herstellers Genaveh

Quelle: Genaveh (2022)

Ochocolats aus Luxemburg ist ein Beispiel dafür, dass importierte Produkte erfolgreich abgesetzt werden können. Ochocolats hat sich auf die Vermarktung von Sigoji Schokoladen und Pralinen spezialisiert. Sigoji ist eine eigenständige Schokoladenmarke des Herstellers Sigoji, diese Art Schokolade wird in Belgien produziert und wurde sowohl in der belgischen Region Wallonien als auch in Luxemburg zum Schokoladenhersteller des Jahres 2019 gekürt. Das luxemburgische Fachgeschäft Ochocolats verkauft erfolgreich in Soleuvre seit 2019, die zuvor unbekanntes Sigoji Schokoladen, aus Belgien.¹⁵

¹⁴ Luxembourg (2021): Genaveh: Luxemburgische Juwelen aus Schokolade, unter <https://luxembourg.public.lu/de/investieren/ih-ern-nehmen-in-luxembourg/genaveh-luxemburgische-juwelen-aus-schokolade.html>, aufgerufen am 25.10.2022

¹⁵ Paperjam (2020): Les délices Sigoki sont chez Ochocolats, unter <https://paperjam.lu/article/delic-es-sigoki-sont-chez-ochoc>, aufgerufen am 24.10.2022

4. Die Süßwarenindustrie



Abbildung 4: Auswahl belgischer Siggi Schokolade/Pralinen im Fachgeschäft Ochocolats

Quelle: Ochocolats (2022)

4.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Prägend für die lokale Branche sind innovative Unternehmen, die häufig durch Inhaberkfamilien geführt werden und mitteständisch ausgerichtet sind. Das Marktpotenzial ist in diesem Segment definitiv gegeben. Allerdings ist der luxemburgische Markt anspruchsvoll und markenorientiert.

Deutsche Hersteller sollten darauf achten diesem Anspruch gerecht zu werden und eine passende Markteintrittsstrategie auswählen. Immer mehr kleinere Schokoladenmanufakturen drängen auf den Markt, um die gestiegene Nachfrage nach nachhaltig hergestellter Schokolade oder Schokolade aus dem Premiumbereich zu stillen. In diesem Bereich ist es von Wichtigkeit, ein Alleinstellungsmerkmal vorweisen zu können, das sich insbesondere auf die Bereiche faires Handeln und gesunde bzw. bewusste Ernährung konzentriert.

5. Die Knabberartikelindustrie

5.1 Einführung in den Markt

Zur Knabberartikelindustrie zählt die industrielle Herstellung salziger Snacks. Zu den Produktpaletten gehören u. a. Kartoffel- und Stapelchips, Erdnüsse oder Salzgebäck. Luxemburg weist eine hohe Produktivitätsrate beim Kartoffelanbau auf; somit ist eine günstige Voraussetzung für die Herstellung von Kartoffelchips gegeben. Knapp 440 t Kartoffelchips werden jährlich in Luxemburg produziert. Der Anbau und die Produktion von Kartoffeln ist zudem von hoher wirtschaftlicher Relevanz, denn ein Großteil der Ernte ist als Pflanzengut (Pflanzkartoffel) für den internationalen Export vorgesehen.¹⁶

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

Im Jahr 2020 wurden in der Produktgruppe mit dem HS-Code 200520 (Kartoffeln zubereitet und haltbar gemacht, anders als mit Essig oder Essigsäure), zu der Kartoffelchips gehören, luxemburgische Produkte im Wert von 957 Tsd. USD exportiert. Belgien führt hier die Statistik mit einem Exportvolumen von 484 Tsd. USD an, gefolgt von Frankreich (375 Tsd. USD). Deutschland steht mit einem Exportvolumen von 70 Tsd. USD auf dem dritten Rang. Weitere Zielländer sind die Niederlande (16,7 Tsd. USD) sowie Aserbaidschan (4,52 Tsd. USD). Die am schnellsten wachsenden Zielmärkte dieser Produktgruppe waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Deutschland (13,8 Tsd. USD), Aserbaidschan (4,43 Tsd. USD) und die Niederlanden (1,96 Tsd. USD).¹⁷

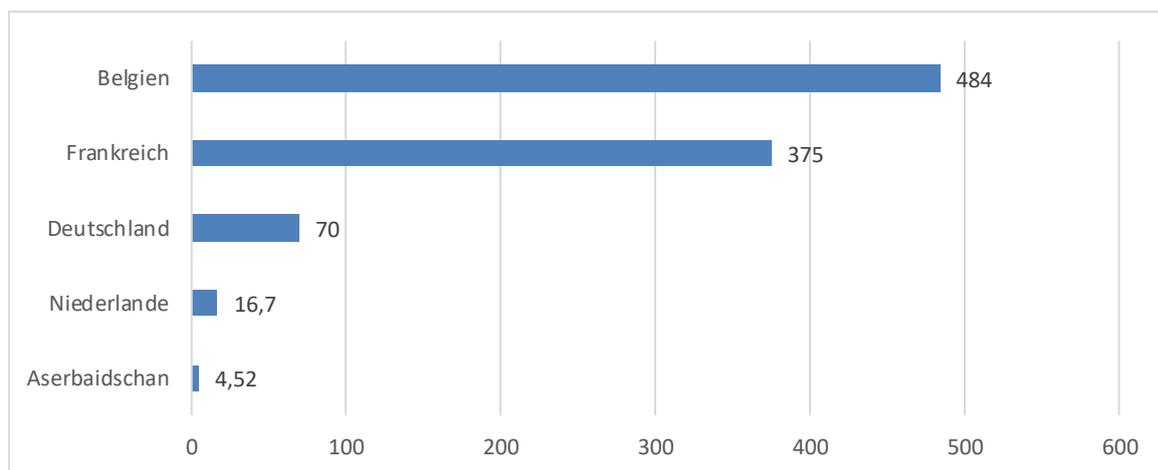


Abbildung 5: Zielländer luxemburgischer Exporte der Warengruppe HS-200520 im Jahr 2020 (in Tsd. USD)

Quelle: eigene Darstellung nach OEC World (2022)

¹⁶ Landwirtschaftsportal (2022) Produktion und Konsum, unter <https://agriculture.public.lu/content/dam/agriculture/publications/ma/mat%C3%A9riel-p%C3%A9dagogique/g&a/Q-A-Produktion.pdf>, aufgerufen am 21.10.2022

¹⁷ OEC (2022): Potatoes, prepared or preserved, not frozen/vinegar, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/potatoes-prepared-or-preserved-not-frozen/vinegar/reporter/lux>, aufgerufen am 25.10.2022

5. Die Knabberartikelindustrie

Insgesamt importiert Belgien in derselben Produktgruppe Waren im Wert von 9,28 Mio. USD. Somit liegt in diesem Segment eine negative Handelsbilanz in Höhe von 8,32 Mio. USD vor. Die wichtigsten Herkunftsländer von Einfuhren nach Luxemburg sind Belgien (4,17 Mio. USD), Deutschland (2,35 Mio. USD), die Niederlande (1,54 Mio. USD), Großbritannien (474 Tsd. USD) und Frankreich (463 Tsd. USD). Die am stärksten wachsenden Importmärkte zwischen 2019 und 2020 waren Deutschland mit einem Zuwachs von 257 Tsd. USD, gefolgt von Großbritannien (70,5 Tsd. USD) und Ägypten (18,1 Tsd. USD). Die zehn bedeutendsten Herkunftsländer werden in Abbildung 6 dargestellt

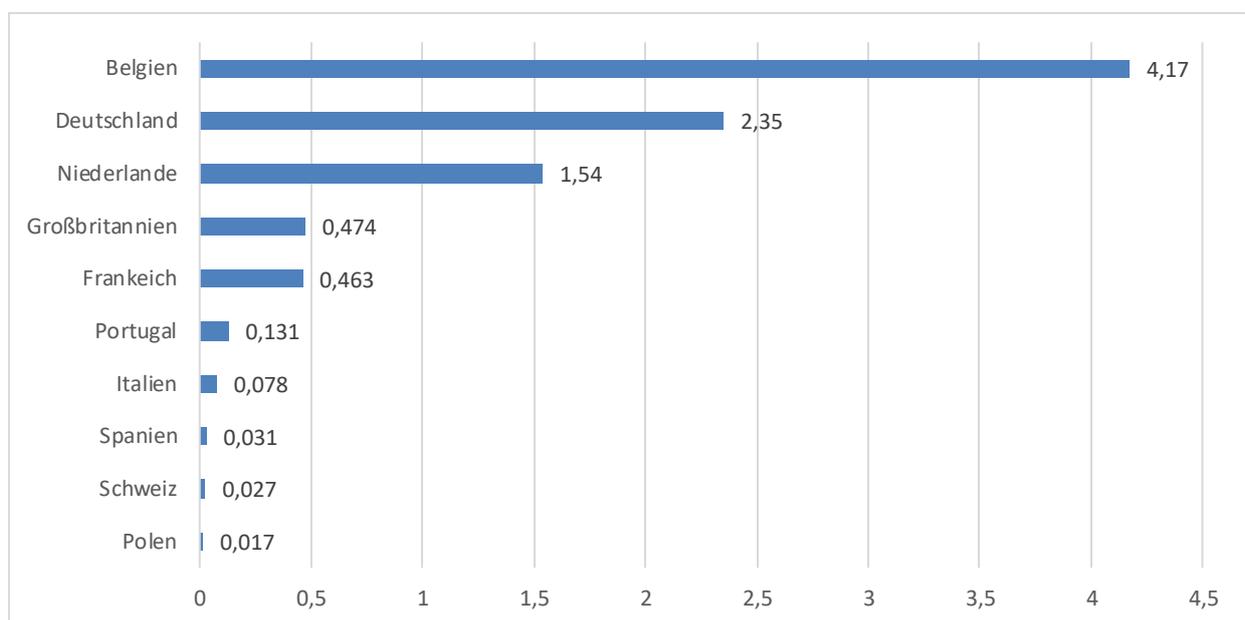


Abbildung 6: Herkunftsländer luxemburgischer Importe der Warengruppe HS-1704 im Jahr 2020 (in Mio. USD)

Quelle: eigene Darstellung nach OEC World (2022)

Im Segment der Knabberartikel, die auf Erdnüssen basieren (HS-Warengruppe 20081), teilt sich der überwiegende Großteil der Exporte Luxemburgs auf die Ausfuhrländer Deutschland, Österreich, Belgien, Irland und Frankreich auf. Diese fünf Staaten machen insgesamt ein Gesamtexportvolumen von knapp 32 Mio. USD aus, wobei allein auf Deutschland 29,1 Mio. USD fallen. Es liegen keine Daten für Importe der HS-Warengruppe 200811 sowie 200819 vor.¹⁸

¹⁸ OEC World (2022): Ground-nuts otherwise prepared or preserved in Luxembourg, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/ground-nuts/reporter/lux>, aufgerufen am 25.10.2022

5.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Eine berühmte lokale luxemburgische Kartoffelchips-Marke heißt Lët'z Chips, die aus der Zusammenarbeit zwischen Marc Nicolay und La Provencale hervorgegangen ist. Die zu 100 % aus luxemburgischen Kartoffeln produzierten Kartoffelchips werden aus Kartoffeln vom Ackerbaubetrieb Marc Nicolay aus Fingig produziert. Diese werden unter dem Qualitätslabel „Produit du terroir - Letzebuerger Gromperen“ hergestellt. Geschmacklich wird diese Sorte Chips mit Sel de Guérande verfeinert. Ein weiteres Merkmal sind die überwiegend ungeschälten Kartoffeln der Kartoffelsorte Verdi, welche für die Chipsherstellung verwendet werden. Lët'z Chips erfreut sich großer Beliebtheit, sodass mittlerweile weitere Geschmacksrichtungen auf den Markt eingeführt worden.¹⁹ Die Chips sind gluten- und laktosefrei, vegan und vegetarisch. Eine 120 g Packung kostet ca. 3,50 EUR. Die Chips sind auch in kleineren 40 g Packungen erhältlich.²⁰



Abbildung 7: Produktauswahl Lët'z Chips

Quelle: AuchanDrive (2022)

5.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten

Aufgrund von Trends hin zu gesundheits- und qualitätsbewusster Ernährung ist die Qualität von Knabberartikeln für luxemburger Konsumenten der wichtigste Entscheidungsfaktor für den Kauf. Für deutsche Unternehmen aus der Branche besteht demnach das größte Geschäftspotenzial im Premiumsegment. Dieses neue Verbraucherprofil hat zum Aufkommen innovativer Snacks geführt, wie z. B. vegane, fettarme, gluten- und laktosefreie Snacks oder Chips.

¹⁹ Kachen (2020): Lët'z Chips erweitert das Sortiment um einen neuen Geschmack, unter <https://www.kachen.lu/de/letz-chips-adds-a-new-taste-to-their-range/>, aufgerufen am 25.10.2022

²⁰ AuchanDrive (2022): Lët'z Chips Sel de Guérande 40g, unter <https://www.auchandrive.lu/drive/magasin/Epic-erie-Salee-R52510/Chips-53512/>, aufgerufen am 25.10.2022

6. Die Backwarenindustrie

6.1 Einführung in den Markt

Aus den Daten von German Sweets (vgl. Abb. 15) lässt sich ablesen, dass luxemburgische Verbraucher nach Schokolade am liebsten zu Backwaren (feine Backwaren) tendieren. Ein Grund für die hohe Nachfrage dieser Sparte dürfte auf die große Auswahl traditioneller luxemburgischer Backwarenspezialitäten zurückzuführen sein, wie bspw. Verwurrelter, Dräikinneskuch (Galette des rois), Boxemännchen oder Nonnefäscht.²¹ Weitere beliebte luxemburgische Desserts, die auf Basis feiner Backwaren beruhen, sind u. a. Mummentaart und Quetschentaart.²² Außerdem wird beim Lebensmitteleinzelhandelsunternehmen Aldi Luxemburg ein besonderes Augenmerk auf portugiesische Produkte im Warensortiment gelegt, was sich vorrangig auch im Backwarenangebot widerspiegelt.²³

Zur Produktpalette der Backwaren gehören Waffeln, Kekse, Biskuits bis hin zu Kuchen. Es gibt einige industrielle Hersteller von Backwaren im Großherzogtum Luxemburg. Diese sind hauptsächlich in der Hauptstadt Luxemburg, in Esch an der Alzette, der zweitgrößten Stadt des Landes, sowie in Mersch ansässig.²⁴ In Mersch bspw. stellt die französische Traditionskeksfabrik Maison Fossier aus Reims Biscuits her.²⁵

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

Die luxemburgischen Backwaren-Exporte der HS-Produktgruppe 1905 (Backwaren, auch kakaohaltig, Hostien, leere Oblatenkapseln von der für Arzneiwaren verwendeten Art, Siegeloblaten, getrocknete Teigblätter aus Mehl oder Stärke und ähnliche Waren) sind im Zeitraum 2014 – 2020 gesunken, wobei im Jahr 2020 ein Anstieg im Vergleich zu den beiden Vorjahren zu verzeichnen war. Während im Jahr 2014 noch ein Höchstwert von 74,6 Mio. USD gemessen wurde, waren es im Jahr 2020 nur noch 60,5 Mio. USD. Die Importzahlen unterlagen im selben Zeitraum keinen großen Schwankungen und waren insgesamt höher und verzeichneten ein durchweg konstantes Importvolumen. Im Jahr 2020 wurden Backwaren im Wert von 108 Mio. USD nach Luxemburg eingeführt.²⁶

²¹ Luxembourg Public (2022): Culinary delights, unter <https://luxembourg.public.lu/en/society-and-culture/culinary-delights.html>, aufgerufen am 19.10.2022

²² Taste Atlas (2021): 4 most popular Luxembourg desserts, unter <https://www.tasteatlas.com/most-popular-desserts-in-luxembourg>, aufgerufen am 19.10.2022

²³ Aldi (2022): ALDI Luxemburg feiert sein 30-jähriges Bestehen, unter <https://www.aldi.lu/de/unternehmen/presse/aldi-luxemburg-feiert-sein-30-jaehriges-bestehen.html>, aufgerufen am 17.10.2022

²⁴ Industrie Luxembourg (2022): Lebensmittelfabriken, unter <https://www.industrie.lu/iesswuerefabriken.html>, aufgerufen am 21.10.2022

²⁵ Fossier (2022): Maison du biscuit rose à Reims, unter <https://www.fossier.fr/en/>, aufgerufen am 21.10.2022

²⁶ OEC (2020): Baked goods in Luxembourg, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/baked-goods/reporter/lux?yearExportSelector=exportYear1>, aufgerufen am 20.10.2022

6. Die Backwarenindustrie

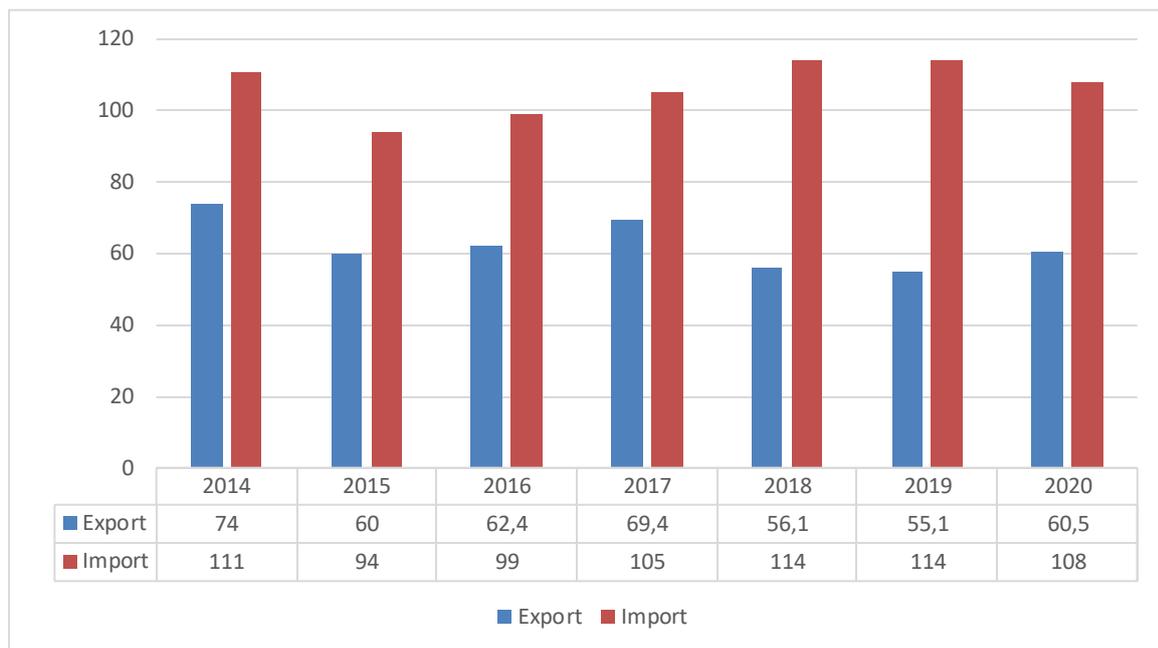


Abbildung 8: Ex- und Importvolumen der HS-Produktgruppe 1905 (in Mio. USD)

Quelle: eigene Darstellung nach OEC World (2022)

Aufgeschlüsselt nach Import- und Exportmärkten zeigt sich folgendes Bild: Größter Abnehmer der luxemburgischen Exporte der HS-Warengruppe 1905 war im Jahr 2020 mit 15,7 Mio. USD Israel; dem folgten die Zielländer Deutschland (12,9 Mio. USD) und Belgien (12,5 Mio. USD). Die Plätze vier und fünf belegen Frankreich (6,46 Mio. USD) und Norwegen (4,65 Mio. USD). Im Bereich der Importe ist Belgien mit einem Handelsvolumen von 53,5 Mio. USD wichtigster Handelspartner gefolgt von Frankreich (20,9 Mio. USD) und Deutschland (18,4 Mio. USD). Die Plätze vier und fünf belegen Italien (7,39 Mio. USD) sowie die Niederlande (2,88 Mio. USD).²⁷

6.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Im Backwarenbereich (Süßgebäck) sind Marken wie Bahlsen/Leibniz, Delacre, LU, Lambertz, Destrooper, Trefin, Swiss Delice, Kekse von Milka sowie Lotus vertreten.

Das Unternehmen Bahlsen ist ein 1889 gegründetes deutsches Familienunternehmen und hat sich seit vielen Jahren einen Namen als Gebäckhersteller verschafft. Zu den berühmten Keksmarken des Herstellers auf dem luxemburgischen Markt zählen Leibniz, Lorenz, Saint-Michel und Bahlsen. Die Markenartikel aus dem Hause Bahlsen werden an insgesamt vier

²⁷ OEC (2020): Baked goods in Luxembourg, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/baked-goods/reporter/lux?yearExportSelector=exportYear1>, aufgerufen am 20.10.2022

6. Die Backwarenindustrie

Standorten in Deutschland und Polen produziert. In Luxemburg zählt Bahlsen zu den führenden Marken und ist dort seit 1967 auf dem Markt. Bahlsen führt in der luxemburgischen Stadt Steinfort ein Unternehmensbüro.²⁸ Allein auf dem luxemburgischen Markt verzeichnete das Unternehmen in den letzten vier Jahren (Stand 2021) ein Wachstum von 10 %.²⁹ In der Vergangenheit jedoch sorgte das Unternehmen auf dem luxemburgischen Markt für Schlagzeilen wegen illegaler Preisabsprachen mit Supermarktketten wie Cactus, Auchan und Delhaize, wo Produkte der Marke Bahlsen überwiegend erhältlich sind. Sowohl die Supermärkte als auch Bahlsen mussten Geldstrafen zahlen.³⁰

Die Marken LU und Milka gehören dem US-amerikanischen Hersteller Mondelez. An den Produktionsstandorten in Belgien und den Niederlanden werden auch für den luxemburgischen Markt Kekse hergestellt.

Delacre steht für hochwertige Qualitätskekse und ist eine in Belgien, von Charles Delacre, gegründete Marke. Die Kekse haben ihren Wiedererkennungsmerkmal darin, dass sie in Form russischer Zigaretten produziert werden und in Blechdosen verpackt sind. Im Jahr 2016 hat Ferrero die Übernahme von Delacre angekündigt, welches zuvor dem türkischen Konglomerat Yildiz gehörte.³¹

6.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Die Backwarenbranche ist ein hart umkämpfter und beliebter Markt. Obwohl Deutschland zu den drei führenden Importländern luxemburgischer Produkte dieser Warengruppe gehört, zählte es nicht zu den am schnellsten wachsenden Importmärkten laut The Observatory of Economic Complexity (OEC) zwischen den Jahren 2019 und 2020. Diese waren vorrangig die Niederlande mit einem Importwachstum in Höhe von 1,06 Mio. USD gefolgt von Italien (714 Tsd. USD) und Rumänien (714 Tsd. USD).³² Neue Wettbewerber, die bisher auf Schokolade setzten, drängen zunehmend in den Süßgebäckmarkt ein. Hier ist es wichtig, auf Diversifizierung, Trends und Innovation zu setzen, um mit der Konkurrenz Schritt halten zu können.

²⁸ The Bahlsen family (2022): Bahlsen Standorte, unter <https://www.thebahlsenfamily.com/de/unternehmen/ueber-uns/standorte/>, aufgerufen am 20.10.2022

²⁹ Adada (2021): Bahlsen opère le plus important changement d'identité de son histoire et part en campagne au Luxembourg, l'un de ses marchés leaders, unter <https://www.adada.lu/2021/09/bahlsen-opere-le-plus-important-changement-didentite-de-son-histoire-et-part-en-campagne-au-luxembourg-lun-de-ses-marches-leader/>, aufgerufen am 21.10.2022

³⁰ Lessentiel (2020): Preisabsprachen mit Bahlsen führen zu Millionenstrafe, unter <https://www.lessentiel.lu/de/story/preis-absprachen-mit-bahlsen-fuehren-zu-millionenstrafe-671258908953>, aufgerufen am 21.10.2022

³¹ Le Quotidien (2016): Ferrero engloutit les biscuits belges Delacre, unter <https://lequotidien.lu/actualites/ferrero-engloutit-les-biscuits-belges-delacre/>, aufgerufen am 21.10.2022

³² OEC (2020): Baked Goods in Luxembourg, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/baked-goods/reporter/lux?yearExportSelector=exportYear1>, aufgerufen am 20.10.2022

7. Die Cerealienindustrie

7.1 Einführung in den Markt

Die Cerealienindustrie umfasst alle Produkte, die unter die Kategorie Müsli, Haferflocken, Cornflakes oder andere knusprige Getreideerzeugnisse fallen. Hierbei handelt es sich hauptsächlich um Frühstückscerealien. Der Konsum von Frühstückscerealien verzeichnet einen Zuwachs, da immer mehr Erwachsene Frühstückscerealien in Verbindung mit Obst und Milchprodukten als gesunde Alternative zu Brot ansehen. Bio- und lokal produzierte Produkte werden bei Cerealien fast ausschließlich nachgefragt. Die luxemburgische Traditionsmüllerei Moulins de Kleinbettingen, die seit 1704 Getreideprodukte verarbeitet, zählte auf der ISM 2021, der weltweit größten Fachmesse für Süßwaren und Snacks aus Getreide, zu den internationalen Neuzugängen in der Sparte Bio-Produkte.³³

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

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

Die gesamten luxemburgischen Exporte von Waren aus der Gruppe 1904 betragen im Jahr 2020 rund 1,86 Mio. USD. Die Güter wurden überwiegend nach Belgien (1,32 Mio. USD), Griechenland (114 Tsd. USD), Frankreich (94,2 Tsd. USD), Türkei (62,4 Tsd. USD) und Kasachstan (53,4 Tsd. USD) exportiert. Die Einfuhren lagen bei rund 10 Mio. USD und lagen damit wertmäßig weit über den Exporten. Als wichtigstes Importland für diese Warengruppe gilt Belgien mit Einfuhren in Höhe von 5,12 Mio. USD, gefolgt von Deutschland (3,57 Mio. USD), Frankreich (1,7 Mio. USD), Großbritannien (802 Tsd. USD) und die Niederlande (179 Tsd. USD). Die am schnellsten wachsenden luxemburgischen Importmärkte für Fertiggetreide waren zwischen 2019 und 2020 Deutschland mit einem Wachstum in Höhe von 185 Tsd. USD, Großbritannien (103 Tsd. USD) und die Niederlande (55 Tsd. USD).³⁴

³³ Koelnmesse (2020): Bio Snacks und Süßigkeiten weiter im Aufwind, unter <https://www.hotelier.de/lieferanten/messen-und-kongresse/bio-snacks-und-suessigkeiten-weiter-im-aufwind>, aufgerufen am 25.10.2022

³⁴ OEC World (2022): Prepared Cereals in Luxembourg, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/prepared-cereals/reporter/lux>, aufgerufen am 25.10.2022

7.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Müsli ist das am stärksten wachsende Segment. Die Cerealienindustrie ist stark industriell organisiert und wird von großen Playern, wie bspw. Kellogg's, dominiert. Kellogg's ist allgemein in den Beneluxstaaten Marktführer. In Luxemburg ansässige Supermarktketten versuchen zu diversifizieren und innovieren, um von dem Wachstum im Segment Cerealien zu profitieren und setzen zunehmend auf Eigenmarken. Seit einigen Jahren dringen auch kleinere lokale Akteure in den Markt.

Der luxemburgische BIOGROS bietet u. a. nachhaltig hergestellte Bio-Müsli & Cerealien wie Bio-Dinkelflocken, Bio Cornflakes ungesüßt oder Bio-Haferflocken an. Diese Produkte werden unter der Eigenmarke BIOG verkauft.³⁵



Abbildung 9: Auswahl an Müsli und Cornflakes der Eigenmarke BIOG

Quelle: BIOGROS (2022)

7.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Der Verbrauch von Frühstückscerealien in Luxemburg ist erheblich gestiegen. Ausschlaggebend hierfür sind Faktoren wie die sich ändernden Essgewohnheiten und die wachsende Beliebtheit des Verzehrs von Cerealien. Hinzu kommt, dass die Verbraucher aufgrund ihres schnellen Lebensstils weniger Zeit in der Küche verbringen, was zum bequemen Verzehr von Frühstückscerealien beiträgt.

Deutsche Hersteller sollten Produkte, die den Nachhaltigkeits- und den Gesundheitsaspekt in den Mittelpunkt rücken im Blick behalten, denn diese haben Potenzial für einen erfolgreichen Markteintritt.

³⁵ Biogros (2022): Müsli & Cerealien, unter <https://www.biogros.lu/de/produkte/biog-sortiment/muesli-und-cerealien>, aufgerufen am 25.10.2022

8. Der Speiseeismarkt

8.1 Einführung in den Markt

Die Speiseeisindustrie ist überwiegend vom großen Unternehmertum organisiert und weniger mittelständig, sodass der Großteil des Speiseeismarktes auf industriell hergestelltes Eis entfallen. Luxemburg ist in diesem Segment stark vom Import abhängig und befindet sich in direkter Nachbarschaft der größten Produzenten von Speiseeis. Unter den EU-Mitgliedstaaten war Deutschland im Jahr 2021 mit einer Produktion von 614 Mio. l Speiseeis der größte Produzent, gefolgt von Frankreich mit einer Produktion von 459 Mio. l Speiseeis.³⁶ So beeinflussen in der Regel Rückrufaktionen von Speiseeis aus den Nachbarländern auch den luxemburgischen Markt.

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

Im Jahr 2020 exportierte Luxemburg Speiseeis der Warengruppe HS4-2105 im Wert von 854 Tsd. USD, womit Luxemburg weltweit der 72. größte Exporteur dieser Produktgruppe war. Die wichtigsten Ausfuhrländer sind hier Schweden (275 Tsd. USD), Norwegen (220 Tsd. USD), Frankreich (159 Tsd. USD) und Belgien (91,4 Tsd. USD). Deutschland nimmt den fünften Platz mit 50,8 Tsd. USD ein. Die am schnellsten wachsenden Exportmärkte waren zwischen den Jahren 2019 und 2020 Aserbaidschan mit einem Wachstumsvolumen in Höhe von 19 Tsd. USD, gefolgt von Italien (3,05 Tsd. USD) sowie den Niederlanden (283 Tsd. USD). In der Zeit zwischen 2014 und 2019 lag das Exportvolumen im Durchschnitt bei 1,6 Mio. USD. Das heißt Belgiens Exporte sind um die Hälfte zurückgefahren. Das Importvolumen jedoch verzeichnete über die letzten vergangenen Jahre einen konstanten Verlauf bei einem durchschnittlichen Importvolumen in Höhe von 13 Mio. USD.

Im selben Zeitraum führte Luxemburg Speiseeis im Wert von 13,6 Mio. USD ein, was es somit zum 52. größten Importeur weltweit machte. Zentrale Herkunftsländer waren Belgien (6,46 Mio. USD), Deutschland (2,35 Mio. USD), Frankreich (1,57 Mio. USD), Schweiz (1,01 Mio. USD), gefolgt von den Niederlanden (840 Tsd. USD). Außerhalb der EU sind die Türkei und Vietnam wesentliche Herkunftsländer für luxemburgisches Speiseeis. Im Produktsegment Speiseeis verzeichnet Luxemburg somit einen Handelsbilanzdefizit von 12,7 Mio. USD.³⁷

³⁶ Les Frontaliers (2022): Les pays voisins du Luxembourg sont les plus gros producteurs de glaces, unter <https://www.lesfrontaliers.lu/societe/les-pays-voisins-du-luxembourg-plus-gros-producteurs-de-glaces/>, aufgerufen am 25.10.2022

³⁷ OEC (2022): Ice Cream in Luxembourg, unter <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/ic-cream/reporter/lux?yearExportSelector=exportYear1>, aufgerufen am 25.10.2022

8. Der Speiseeismarkt

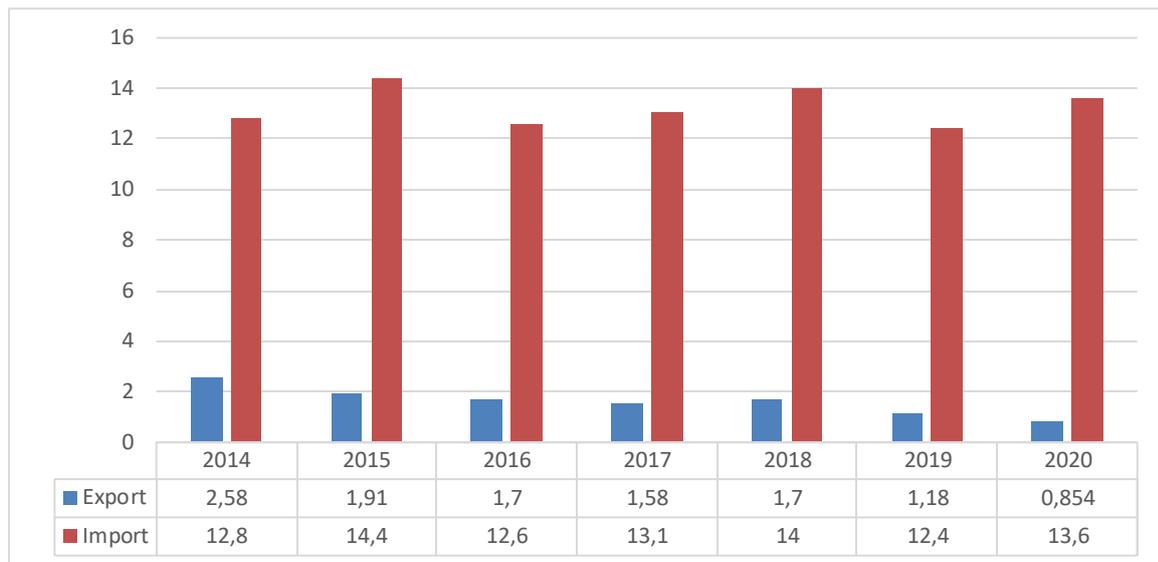


Abbildung 10: Ex- und Importvolumen Speiseeis (in Mio. USD)

Quelle: eigene Darstellung nach OEC World (2022)

8.3 Marktkonzentration und Porträts einzelner Hersteller

Der Markt wird überwiegend von Belgien aus bedient, aber auch von Deutschland und Frankreich aus. Industrielle Hersteller beliefern den luxemburgischen Markt über die Supermarktketten, die auch in Belgien anzutreffen sind. Das hat zur Folge, dass große industrielle Akteure im Rahmen ihrer Benelux Marktaktivitäten durch die Produktionsstätten in Belgien oder den Niederlanden auch automatisch für Luxemburg produzieren. Nichtsdestotrotz sind auch in Luxemburg überschaubare heimische Hersteller von Speiseeis vertreten. Festzuhalten ist hierbei, dass lokale Akteure aus der Schokoladenbranche, die bereits namentlich in Kapitel 4.3 erwähnt wurden, auch im Segment Speiseeis auf Diversifizierung setzen. Die Firma Oberweis bspw. stellt Speiseeis in klassischen Geschmacksrichtungen wie Vanille, Stracciatella, Zitrone, Erdbeere oder Schokolade her, aber auch innovativere Sorten, wie bspw. Hibiskus, werden produziert.

8. Der Speiseeismarkt



Abbildung 11: Auswahl an Eissorten des Herstellers Oberweis

Quelle: Oberweis (2022)

Die luxemburgische Molkereigenossenschaft Luxlait ist im Besitz der luxemburgischen Landwirte, die gleichzeitig Kunden, Eigentümer und Lieferanten des Unternehmens sind. In der luxemburgischen Landwirtschaft ist die Molkereigenossenschaft Luxlait ein wichtiger wirtschaftlicher Akteur in den ländlichen Gebieten. Die Molkereigenossenschaft bezieht 100 % ihrer Milch aus Luxemburg und verarbeitet die Produkte im Produktionsstandort Roost. Jährlich werden 170 Mio. l Milch produziert, die zu Milchprodukten verarbeitet werden. Mit dem Rohstoff Milch stellt Luxlait auch Speiseeis ohne Konservierungsstoffe und Palmöl in verschiedenen Geschmacksrichtungen für den Handel her.³⁸



Abbildung 12: Auswahl an Speiseeissorten des Herstellers Luxlait

Quelle: Luxlait (2022)

8.4 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Die Nachfrage nach fettarmem und zuckerfreiem Speiseeis, das mit natürlichen Zutaten hergestellt wird, ohne dabei Kompromisse bei Geschmack und Genuss einzugehen, wächst. Luxemburgs wichtigste Importmärkte für Speiseeis sind die EU-Länder. Speiseeis stellt ein starkes Importprodukt dar und bietet somit aussichtreiche Möglichkeiten. Luxemburg ist also von Ländern umgeben, die im Bereich Speiseeis mehr als wettbewerbsfähig sind. Deutschland war nicht nur der größte Speiseeishersteller im Jahr 2021, sondern produzierte mit einem Preis von 1,40 EUR pro l im Durchschnitt auch das preisgünstigste Speiseeis.

³⁸ Luxlait (2022): Ice Cream Stick, unter <https://www.luxlait.lu/de/product/ice-cream-stick/>, aufgerufen am 25.10.2022

8. Der Speiseeismarkt

Mittelfristig treiben der Genuss und die zunehmende Vorliebe der Verbraucher für Speiseeis als Freizeitprodukt das Wachstum dieses Marktes voran, und neue, innovative Geschmacksrichtungen, die von den Unternehmen angeboten werden, wirken als Katalysator für die Nachfrageentwicklung.

9. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt

Fair gehandelte und nachhaltig produzierte Lebensmittel gewinnen für luxemburgische Konsumenten zunehmend an Bedeutung. Die Zukunft des Süßwarenmarktes in Luxemburg sieht vielversprechend aus, mit Chancen in breitgefächerten und multinationalen Handelskanälen. Die Auswertung der vorliegenden Daten zeigt, dass luxemburgische Verbraucher gerne Süßwaren und Knabberartikel konsumieren. Der luxemburgische Verbraucher ist ein europäischer Verbraucher, für den generell ein für Europa typisches Konsumverhalten und entsprechende Verbraucherpräferenzen festgestellt werden. Die Präsenz deutscher oder belgischer Lebensmitteleinzelhändler in Luxemburg ist auffällig und unterstreicht die Möglichkeit einer gemeinsamen Bearbeitung beider Märkte für Hersteller, die in den luxemburgischen Markt eintreten möchten.

Die wichtigsten Treiber für diesen Markt sind das hohe Einkommen, veränderte Ernährungsangewohnheiten sowie das zunehmende Bewusstsein für frische, fettarme, lokale und biologische Produkte. Bio-Produkte machen rund 20 % des gesamten Lebensmittelumsatzes in Luxemburg aus.³⁹ Supermarktketten erweitern stetig ihr Bio-Sortiment, auch bei Süßwaren. Das Einzelhandelsunternehmen Cactus hat bspw. einen Bio-Aktionsplan 2022 – 2025 ausgerufen, worin alle Produktkategorien im vorgesehen Zeitraum auf die Dynamik des Bio-Marktes umgestellt werden sollen.⁴⁰ Deutsche Lieferanten sollten diesen Trend deshalb beim Markteinstieg in Luxemburg unbedingt berücksichtigen.

Vegane, gluten- und lactosefreie Süßwaren sowie Knabberartikel werden ebenfalls immer beliebter und stellen einen interessanten Wachstumsfaktor für deutsche Hersteller dar. Das Wirtschafts- und Bevölkerungswachstum bietet deutschen Unternehmen aussichtsreiche Möglichkeiten vom Potenzial des luxemburgischen Marktes zu profitieren. Der luxemburgische Süßwarenmarkt ist angesichts der hohen Ausgaben für Süßwaren und der multikulturellen Bevölkerung ausgesprochen dynamisch. Die Dynamik des Marktes schafft Potenzial für Veränderungen und setzt neue Trends.

³⁹ Foodwatch (2022): Bio-Branche: Zahlen, Daten, Fakten – foodwatch, unter <https://www.foodwatch.org/de/informieren/bio-landwirtschaft/zahlen-daten-fakten/>, aufgerufen am 25.10.2022

⁴⁰ Cactus (2022): Présentation du groupe Cactus, unter https://www.cactus.lu/sites/default/files/2022-07/FR-2022-PLAQUETTE%20ENTREPRISE%20LIGHT%20DIGITALE_0.pdf, aufgerufen am 21.10.2022

10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme

10.1 Zoll- und präferenzrechtliche Bestimmungen

Zoll- und präferenzrechtliche Bestimmungen beruhen überwiegend auf der Rechtsgrundlage der Europäischen Gemeinschaft. Für ökologische/biologische Produkte gilt die Verordnung (EG) 2018/848.⁴¹

Generell müssen alle Exporte nach Luxemburg registriert und zertifiziert sein. So muss jeder Lebensmittelimporteur oder Gewerbetreibende aus der Lebensmittelbranche als solches bei der Administration luxembourgeoise vétérinaire et alimentaire (ALVA) registriert sein. Zudem sind Importeure für die Lebensmittelsicherheit ihrer Ware verantwortlich. Für die Umsetzung der Bestimmungen zur Lebensmittelsicherheit ist ebenfalls die ALVA zuständig.⁴²

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

10.2 Kennzeichnungsvorschriften

Bei der Kennzeichnung von Produkten bzw. verpackten Produkten muss die allgemeingültige Rechtsgrundlage der EU, Verordnung (EU) 1169/2011m berücksichtigt werden.⁴³ Luxemburg hat die europäischen Bestimmungen vollständig ins eigene Rechtssystem übernommen. Wenn die Etikettierung der Produkte EU-konform ist, können diese problemlos in Luxemburg eingeführt werden. Die Kennzeichnung muss in einer der drei Landessprachen: Französisch, Deutsch oder Luxemburgisch erfolgen.

⁴¹ Agri Culture (2022): Kontrolle und Zertifizierung, unter <https://agriculture.public.lu/de/lebensmittelsicherheit-qualityszeichen/biologische-landwirtschaft/grundlagen-biologischen-landwirtschaft/kontrolle-zertifizierung.html>, aufgerufen am 21.10.2022

⁴² Guichet Public (2022) : Lebensmittelsicherheit – Überblick, unter <https://guichet.public.lu/de/entreprises/commerce/securete-alimentaire/securete-alimentaire/securete-alimentaire-resume.html>, aufgerufen am 21.10.2022

⁴³ Sécurité Alimentaire (2022): Etiquetage des denrées alimentaires, unter <https://securite-alimentaire.public.lu/fr/professionnel/Denrees-alimentaires/Equetage.html>, aufgerufen am 19.10.2022

Folgende Angaben sind bspw. verpflichtend:

- Bezeichnung des Lebensmittels,
- Verzeichnis der Zutaten,
- Zutaten und Zusatzstoffe,
- Menge bestimmter Zutaten,
- Nettofüllmenge des Lebensmittels,
- Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum,
- gegebenenfalls besondere Anweisungen für Aufbewahrung und/oder Anweisungen für die Verwendung,
- Name oder Firma und Anschrift des Lebensmittelunternehmers,
- Ursprungsland oder Herkunftsort (falls dies für das bestimmte Lebensmittel vorgesehen ist),
- Gebrauchsanleitung (falls nötig),
- Nährwertangaben.⁴⁴

10.3 Rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

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

In Luxemburg ist seit dem 07. Februar 2022, unter Berücksichtigung einer sechsmonatigen Übergangsphase, der Farbstoff Titandioxid E717 bei Lebensmitteln verboten. Dieses Verbot trifft insbesondere die Süßwarenindustrie, denn Süßigkeiten, Kaugummis, Backwaren oder Glasuren auf Schokoladen beinhalten diesen Farbstoff, um den Glanz der Produkte zu verstärken bzw. weißer zu machen. So müssen sich einige Branchen neu organisieren. Der luxemburgische Hersteller wird zukünftig verstärkt weiße Schokolade einsetzen.⁴⁵

10.4 Weiterführende Information

Der Verwaltungswegweiser www.guichet.lu des luxemburgischen Staats umfasst ein Unternehmensportal auf Deutsch, Englisch und Französisch, welches für Unternehmen

⁴⁴ Agri Culture (2022): Kennzeichnung allgemein, unter <https://agriculture.public.lu/de/lebensmittelsicherheit-qualitaetszeichen/lebensmittelsicherheit-anforderungen/kennzeichnung/kennzeichnung-allgemein.html>, aufgerufen am 17.10.2022

⁴⁵ L'Essentiel (2022): Süßigkeiten werden bald etwas weniger weiß sein, unter <https://www.lessentiel.lu/de/story/suessigkeit-en-werd-en-bald-etwas-weniger-weiss-sein-376502683665>, aufgerufen am 21.10.2022

10. Rechtliche Rahmen und Einfuhrsysteme

nützliche Informationen im Hinblick auf administrative Angelegenheiten bereithält und über das zahlreiche Verwaltungsvorgänge online abgewickelt werden können.

11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikeln aus Deutschland

Das nachfolgende Kapitel betrachtet den Export von Süßwaren und Knabberartikeln von Deutschland nach Luxemburg und wurde von German Sweets e.V. verfasst.

Der Süßwarenmarkt des Großherzogtums Luxemburg ist zwar der kleinste der Beneluxstaaten, jedoch gibt die multikulturelle Bevölkerung – verglichen mit den Niederlanden und Belgien – das meiste Geld für Naschwerk aus. Damit bildet Europas Einwanderungsland schlechthin einen sehr interessanten Absatzmarkt für deutsche Unternehmen der Süßwarenbranche. Im vergangenen Jahr 2021 konnten 4 Tsd. t (+7,7 %) mit einem Exportwert von 23 Mio. EUR (-1,1 %) nach Luxemburg geliefert werden. Wenn auch leicht rückläufig (-14 %), verzeichnen deutsche Schokoladewaren mit fast 6,3 Mio. EUR den höchsten Exportwert. Mengenmäßig erfreuen sich Knabberartikel „Made in Germany“ mit 799 t (+2,2 %) der größten Beliebtheit. Die prozentual höchste Exportsteigerung konnte die Süßwarengruppe der Kakao- und Schokoladenhalberzeugnisse verzeichnen: In der Menge fast +50 % und wertmäßig +37,5 %.⁴⁶

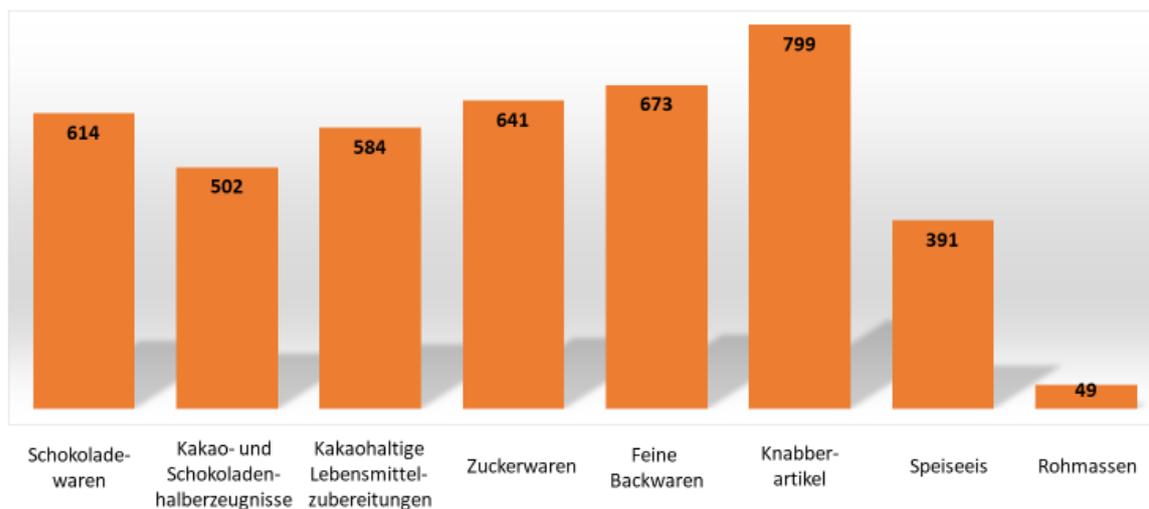


Abbildung 13: Deutsche Exporte von Süßwaren und Knabberartikel nach Luxemburg im Jahr 2021 (in t)

Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes

Mithilfe dieser Studie soll das Potential des luxemburgischen Süßwarenmarkts als Abnehmerland für Produkte deutscher Unternehmen aus der Süßwarenbranche aufgezeigt werden. Was wir jetzt schon wissen, ist dass die meist mehrsprachig aufgewachsenen Luxemburger neben Schokoladewaren am liebsten bei Feinen Backwaren zugreifen.⁴⁷ Hier

⁴⁶ BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes

⁴⁷ Global Data 2021

11. Exporte von Süßwaren und Knabberartikeln aus Deutschland

konnte die Nachfrage von deutschem Gebäck 2021 zwar etwas steigen, aber mit Blick auf die TOP-10 Hauptlieferländer für Feine Backwaren belegt Deutschland lediglich Platz 3.⁴⁸

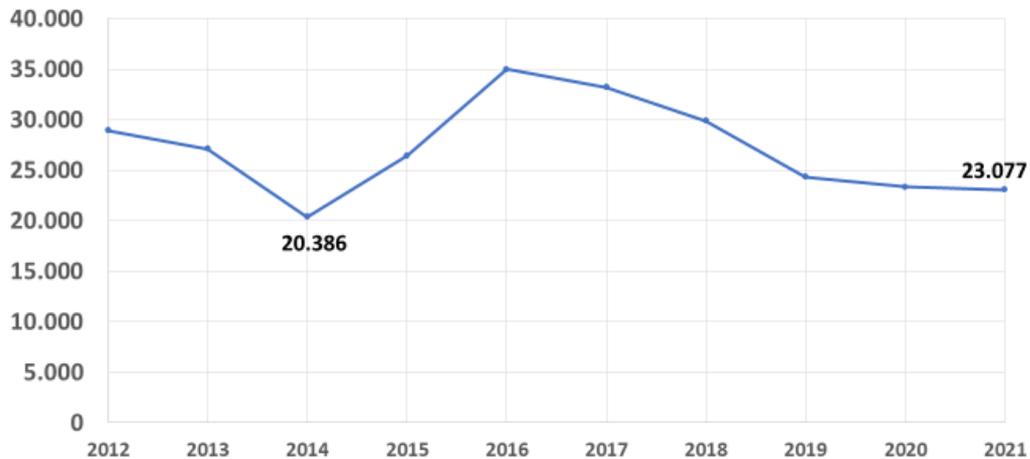


Abbildung 14: Deutsche Exporte von Süßwaren nach Luxemburg im Jahr 2021 (in Tsd. EUR)

Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes

Insgesamt bildet Belgien bei Süßwaren und Knabberartikeln Luxemburgs wichtigsten Handelspartner. Neben Einfuhren aus Frankreich, haben aber auch Importe aus Deutschland süßwarenübergreifend eine enorme Marktbedeutung für das Land. Aufgrund der räumlichen Nähe besteht für das Exportvolumen jedoch noch Ausbaupotenzial.⁴⁹

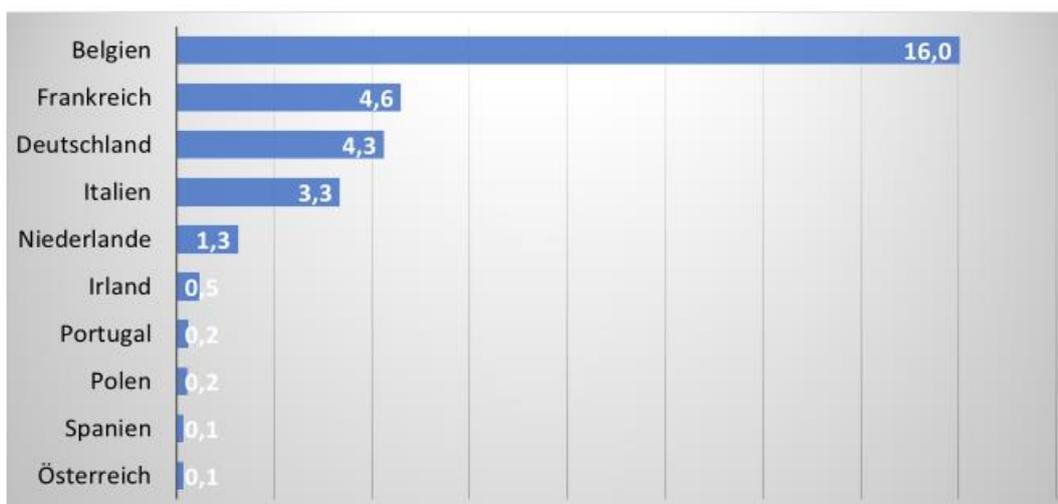


Abbildung 15: Einfuhren von Feinen Backwaren nach Luxemburg im Jahr 2021 (in Mio. USD)

Quelle: UN Comtrade 2022

⁴⁸ UN Comtrade 2021/22

⁴⁹ UN Comtrade 2021/22

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

12.1 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

BIOG	
Adresse / Website	13 rue Gabriel Lippmann 5365 Munsbach Luxemburg www.biog.lu
Kontakt	Kontaktformular auf der Webseite
Profil	BIOG steht für Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg (Luxemburg). Die Genossenschaft verzeichnet aktuell 30 Mitglieder, diese wirtschaften nach biologischen oder biologisch-dynamischen Richtlinien und verkaufen ihre Produkte, wenn nicht direkt ab Hof, vor allem an die BIOG. Zudem ist BIOG die Eigenmarke der Genossenschaft. Unter dieser Marke werden über den hauseigenen Kanal BIOGROS mehr als 300 Produkte verkauft, wie bspw. Süßwaren, Speiseeis und Cerealien (Müsli, Cornflakes).

Bio Lëtzebuerg	
Adresse / Website	13 rue Gabriel Lippmann 5365 Munsbach Luxemburg www.biovereenegung.lu
Kontakt	Frau Daniela Noesen, Geschäftsführung E-Mail: info@biovereenegung.lu Tel: +352 691 29 28 68
Profil	Bio Lëtzebuerg ist ein Zusammenschluss biologischer Landwirtschaftsbetriebe. Der Verein wurde am 27.02.2012 in Vichten im Mischhaus gegründet und entstand aus einer Fusion der beiden ehemaligen Label: bio-Label und Demeter. Ziel des Vereins ist es u. a. die Anliegen der Biobauern und -verarbeitern sowohl auf politischer als auch auf administrativer Ebene zu präsentieren. Mitglieder dürfen u. a. die Beratungsangebote der IBLA kostenfrei in Anspruch nehmen.

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

DE VERBAND	
Adresse / Website	3 rue François Krack 7737 Colmar Berg Luxemburg www.de-verband.lu
Kontakt	E-Mail: info@de-verband.com Tel.: + 352 49 25 56 0
Profil	DE VERBAND ist eine im Jahr 1909 zur Förderung der Landwirtschaft gegründete handelsrechtliche Genossenschaft. Die Geschäftstätigkeiten von DE VERBAND sind in drei Geschäftsbereichen (V-AGRAR; V-TECHNIK und V-SHOP) unterteilt und werden firmenübergreifend geführt. Die gesamte Unternehmensgruppe wird organisatorisch wie ein Unternehmen geführt. DE VERBAND hat landesweit ca. 15 Standorte, operiert aber auch in Belgien, Frankreich und in Deutschland.

FEDIL	
Adresse / Website	7 rue Alcide de Gasperi 1013 Kirchberg Luxemburg www.fedil.lu
Kontakt	Herr René Winkin, Management E-Mail: rene.winkin@fedil.lu Tel.: + 352 43 53 66-607
Profil	FEDIL wurde 1918 gegründet und ist als sektorübergreifender Unternehmerverband tätig. Ziel des Verbandes ist es, die wirtschaftliche Aktivität Luxemburgs zu fördern. Mit fast 700 Mitgliedern ist FEDIL eine treibende Kraft der luxemburgischen Wirtschaft. Innerhalb der FEDIL können sich Unternehmen des gleichen Sektors in sektoriellen Verbänden zusammenschließen. Derzeit verzeichnet FEDIL 21 sektorielle Verbände, für die sie Führung und Sekretariat übernimmt. Ein sektoraler Verband ist bspw. die FIAL (Verband der luxemburgischen Lebensmittelindustrie).

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

FIAL	
Adresse / Website	7 rue Alcide de Gasperi 1013 Kirchberg Luxemburg www.fedil.lu
Kontakt	Herr Philippe Heck, Direktor E-Mail: philippe.heck@fedil.lu Tel.: +352 43 53 66 609
Profil	FIAL ist ein Verband der luxemburgischen Lebensmittelindustrie.

House of Entrepreneurship	
Adresse / Website	14 rue Erasme 1468 Kirchberg Luxemburg www.houseofentrepreneurship.lu
Kontakt	E-Mail: info@houseofentrepreneurship.lu Tel.: +42 39 39 330
Profil	House of Entrepreneurship ist die Industrie- und Handelskammer in Luxemburg. Sie bietet Trägern von Gründungsvorhaben und bereits etablierten Unternehmen ein umfassendes Dienstleistungsangebot. Auf Anfrage und nach Vorauswahl durch das Wirtschaftsministerium können auch ausländische Investoren bei ihrer Tätigkeit in Luxemburg im Rahmen eines maßgeschneiderten Programms unterstützt werden.

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Institut fir Biologesch Landwirtschaft an Agrarkultur (IBLA)	
Adresse / Website	27 op der Schanz 6225 Altrier Luxemburg www.ibla.lu
Kontakt	Frau Stéphanie Zimmer, Direktorin E-Mail: zimmer@ibla.lu Tel.: +352 621 30 25 23
Profil	Das Institut fir Biologesch Landwirtschaft an Agrarkultur (IBLA) führt Forschungen und Beratungen im Bereich der biologischen Landwirtschaft sowie im Weinbau durch. Themenschwerpunkte sind u. a. Schutz der natürlichen Ressourcen, Biodiversität, Nachhaltigkeitsbewertung, Erhalt und Verbesserung der Bodenfruchtbarkeit, Sortenprüfungen, artgerechte Tierhaltung sowie Optimierung der Fruchtfolge.

Les Épiceries du Luxembourg	
Profil	Les Épiceries du Luxembourg (vormals Incom) ist eine im Jahr 2003 gegründete wirtschaftliche Interessensvereinigung, welche von vier unabhängigen luxemburgischen Lebensmittelgeschäften gegründet wurde. Zu den Mitgliedern zählen Pall Center, Food2go, Alima und Shopping-Center Massen.

Sécurité Alimentaire	
Adresse / Website	7A rue Thomas Edison 1445 Strassen Luxemburg www.securite-alimentaire.public.lu
Kontakt	E-Mail: info@alva.etaf.lu Tel.: +352 2747 8068
Profil	Sécurité Alimentaire ist die luxemburgische Behörde für Nahrungsmittelsicherheit.

12.2 Lebensmitteleinzelhandel

Auchan	
Adresse / Website	5 rue Alphonse Weicker 2721 Luxemburg Luxemburg www.auchan.lu
Kontakt	Herr Cyril Dreesen, Management E-Mail: contact@auchan.lu Tel.: +352 43 77 43 1
Umsatz	31,6 Mrd. EUR (2020, gesamt)
Mitarbeiterzahl	1,2 Tsd.
Profil	Seit 1996 ist auch die französische Einzelhandelskette Auchan in Luxemburg vertreten. Derzeit betreibt sie vor allem im Süden des Landes drei Supermärkte (Hypermarché), vier Abholstationen für den Onlineeinkauf und mehrere Tankstellenmärkte unter dem Namen MyAuchan. Die MyAuchan Mini-Supermärkte werden in Partnerschaft mit den ARAL-Tankstellen in Luxemburg betrieben. Die Warenhauskette passte ihre Produktpalette nicht nur an die lokalen Geschmäcker, sondern auch an jene der angrenzenden Länder Deutschland, Belgien und Frankreich an und liegt auf Platz drei bei der Kundenfrequenz. Unter der Eigenmarke Auchan vertreibt das Unternehmen auch Schokoladenprodukte.

Aldi	
Adresse / Website	Parc d'Activités 2 – 4 8308 Capellen Luxemburg www.aldi.lu
Kontakt	Herr Pierre-Alexandre Rocour, Managing Director Kontaktformular auf der Webseite
Mitarbeiterzahl	180
Profil	Aldi ist ein deutsches, international tätiges Unternehmen. Die deutsche Unternehmensgeschichte geht über 100 Jahre zurück. Im Jahr 1991 wurde die erste Filiale in Dudelange eröffnet. Mittlerweile ist Aldi mit ca. 17 Filialen in Luxemburg vertreten. Aldis Marktanteil am luxemburgischen Markt liegt bei rund 11 %.

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Cactus	
Adresse / Website	Route des 3 cantons 8399 Windhof Luxemburg www.cactus.lu
Kontakt	Herr Laurent Schonckert, CEO E-Mail: expansion@cactus.lu Tel.: +35 228 28 3461
Umsatz	778 Mio. EUR (2019)
Mitarbeiterzahl	4,5 Tsd.
Profil	Cactus ist das größte familiengeführte luxemburgische Einzelhandelsunternehmen. Cactus gilt als Marktführer in Luxemburg mit einem geschätzten Marktanteil von mehr als 30%. Insgesamt führt Cactus 61 Geschäfte an 59 Standorten. Mit zwei Hypermärkten, 14 großen Supermärkten, neun kleinen Supermärkten, 28 Tankstellen-Shops, vier Baumärkten und vier Produktionsstätten (Rösterei, Konditorei, Fleischerei, Feinkost) ist der Einzelhändler Cactus sehr gut am luxemburgischen Markt positioniert und hat während seines langjährigen Bestehens auch nachhaltig die Wirtschaft des Großherzogtums geprägt. Cactus eröffnet stetig neue Filialen in Luxemburg bzw. erweitert seine Verkaufsfläche.

Colruyt	
Adresse / Website	5 rue F.W Reifeisen 2411 Luxemburg Luxemburg www.colruyt.lu
Kontakt	E-Mail: info@colruyt.lu Tel.: +352 28 37 16 03
Umsatz	9,58 Mrd. EUR (2019, gesamt)
Mitarbeiterzahl	120
Profil	Das belgische Einzelhandelsunternehmen Colruyt ist seit 2006 auf dem luxemburgischen Markt aktiv. Mittlerweile gibt es fünf Supermärkte. Laut Medienberichten sollen weitere Standorte in den kommenden Jahren folgen. In Belgien und Luxemburg verzeichneten die Colruyt-Geschäfte im Jahr 2020 einen Umsatzanstieg von 2,2 %.

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Delhaize	
Adresse / Website	19 Route de Bastogne 9638 Pommerloch Luxemburg www.delhaize.lu
Kontakt	Herr Xavier Piesvaux, CEO E-Mail: serviceclients@delhaize.lu Tel.: +352 30 99 11
Umsatz	180 Mio EUR (2019)
Mitarbeiterzahl	640
Profil	Der belgische Lebensmittelkonzern Delhaize ist seit 1987 in Luxemburg präsent und mit 51 Geschäften die zweitmeist frequentierte Supermarktkette im Großherzogtum Luxemburg.

Lidl	
Adresse / Website	Guldensporenpark 90 9820 Merelbeke Luxemburg www.lidl.lu
Kontakt	Kontaktformular auf der Webseite
Mitarbeiterzahl	400
Profil	Neben Aldi gehört der deutsche Discounter Lidl zu den beliebten Discountern in Luxemburg. Am 05. September 2001 wurde die erste Filiale in Differdange eröffnet. Das Unternehmen betreibt 12 Filialen, weitere Geschäfte sind in Planung. Lidl verkauft auch belgische, deutsche, italienische und portugiesische Produkte. Lidl in Luxemburg hat knapp 2 Tsd. Artikel im Angebot, darunter immer mehr lokale, frische und biologische Produkte. Unternehmensziel ist es, diese Produktpalette zu erweitern, um der luxemburgischen Nachfrage nach lokalen Produkten gerecht zu werden. So soll zukünftig die Anzahl der luxemburgischen Produkte in allen Filialen jedes Jahr um 10 % erhöht werden. Bei den frischen Produkten macht der Obst- und Gemüseverkauf knapp 20 % des Unternehmensumsatzes in Luxemburg aus.

12.3 Importeure/Hersteller

Boissons Heintz	
Adresse / Website	34, Z.A.E.R. Op der Héi 9809 Hosingen Luxemburg www.boissonsheintz.lu
Kontakt	E-Mail: info@bheintz.lu Tel.: +352 99 80 81-1
Mitarbeiterzahl	70
Profil	Boisson Heintz importiert eine große Bandbreite an Lebensmitteln, einschließlich Süßwaren und Getränke. Im Süßwarenportfolio sind Plätzchen, Chips, Nüsse, Snacks und Schokolade vertreten, u. a. die Marken Lays, Doritos und Cote D´OR zeichnen das Portfolio aus.

Chocolate House of Luxembourg	
Adresse / Website	20 rue du Marché-aux-Herbes 1728 Luxembourg Luxemburg www.chocolate-house-bonn.lu
Kontakt	Frau Nathalie Bonn, CEO E-Mail: info@chocolate-house-bonn.lu Tel.: +352 26 26 20 06
Profil	Das Chocolate House of Luxembourg stellt kreative und hochwertige Pralinen und Schokoladen in Luxemburg her, importiert aber auch Schokolade aus Belgien und Frankreich. Als Franchisegeber sind die Schokoladenkreationen mittlerweile an mehreren Standorten weltweit, wie bspw. in China und Kuwait, erhältlich.

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Ferrero	
Adresse / Website	16 Route de Trèves 2633 Senningerberg Luxemburg www.ferero.com
Kontakt	Herr Lapo Civiletti, Management Director E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: +352 34 97 11 1
Umsatz	12,7 Mrd. USD (2021, gesamt)
Mitarbeiterzahl	39 Tsd. (weltweit)
Profil	Ferrero zählt zu den weltweit führenden Süßwarenherstellern. Die Hauptzentrale des Konzerns ist in Luxemburg. Weitere bekannte Marken des Konzerns sind bspw. Nutella, Kinder Schokolade, Kinder Ü-Ei, Duplo, Raffaello oder Rocher. Nahezu alle Marken, die in den Nachbarländern Luxemburgs vertreten sind, werden auch in Luxemburg vermarktet. In Luxemburg werden insbesondere die Kekse der Ferrero Marke Delacre stark nachgefragt.

Genaveh	
Adresse / Website	52a rue de Koerich 8437 Steinfort Luxemburg www.chocolaterie-genaveh.com
Kontakt	Frau Alexandra Kahn, CEO E-Mail: genaveh@lldc.lu Tel.: +352 27 62 16 17
Profil	Genaveh stellt seit 2005 in Steinfort traditionelle hochwertige und handgefertigte Schokolade her. Diese werden in zwei Geschäften verkauft, im eigenen Onlineshop oder aber auch über diverse andere Handelskanäle. Die Rohstoffe werden überwiegend aus dem afrikanischen oder lateinamerikanischen Raum bezogen. Mehr als 80 Schokoladensorten bereichern das Sortiment von Genaveh.

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

La Provencale	
Adresse / Website	2 rue Roudebesch 3370 Luxembourg Luxemburg www.provencale.lu
Kontakt	E-Mail: clients@provencale.lu Tel: +352 49 89 1
Mitarbeiter	1.3 Tsd.
Profil	La Provencale ist Importeur und Großhändler im Lebensmittelsektor. Das Unternehmen führt mehr als 35 Tsd. Produkte und beliefert HoReCa nicht nur im Großherzogtum Luxemburg, sondern auch in Deutschland, Belgien und Frankreich.

Ochocolats	
Adresse / Website	276 rue Metzlerlach 4441 Soleuvre Luxemburg www.ochocolats.lu
Kontakt	Frau Monique Kunnert E-Mail: contact@ochocolats.lu Tel.: +352 26 59 06 49
Profil	Ochocolats hat sich seit 2019 auf den Import von Sigoji-Schokoladen spezialisiert. Die Schokoladensorte Sigoji entdeckte Frau Monique Kunnert während eines Messebesuchs (Salon du chocolat) in Brüssel. Gleichzeitig wird auch ein Ladengeschäft in Soleuvre geführt, wo die Schokoladen verkostet und gekauft werden können. Die Sigoji-Produktpalette umfasst Pralinen und Tafelschokoladen.

12. Übersicht über wichtige Kontaktaufnahmemöglichkeiten

Pâtisserie Gérard Cayotte	
Adresse / Website	55 rue de la Libération 4210 Esch-Sur-Alzette Luxemburg www.cayotte.com
Kontakt	Herr Gérard Cayotte, CEO E-Mail: info@cayotte.com Tel.: +352 54 28 64
Profil	Pâtisserie Gérard Cayotte stellt seit mehr als 20 Jahren am Standort Esch-sur-Alzette Gebäck, Schokolade, Pralinen und Eis her. Diese werden ausschließlich aus hochwertigen und natürlichen Rohstoffen hergestellt.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

Referat 424
(Internationale Grundstoffpolitik, Export, Absatzförderung)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
E-Mail: 424@bmel.bund.de

STAND

Oktober 2022

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Marco/stock.adobe.com

TEXT

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

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Cansu Acar

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

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

Nachdruck und Fotokopien, auch teilweise, sind unter genauer Angabe der Quelle und mit Hinweis auf erstens enviacon international und zweitens die Förderung durch das BMEL gestattet.

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

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

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

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

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

www.agrarexportfoerderung.de

