



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

Der Markt für Süßwaren, Knabber- artikel und Speiseeis in Schweden

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / November 2023

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	5
Abbildungsverzeichnis.....	5
Abkürzungsverzeichnis.....	6
Währungsumrechnung.....	6
1. Einführung	7
1.1 Exporte von Süßwaren aus Deutschland nach Schweden	7
1.2 Motivation des Marktberichts.....	7
2. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....	9
2.1 Länderkurzinformation.....	9
2.2 Wirtschaftliche Lage und Aussichten	9
2.3 Zentren der Lebensmittelproduktion.....	10
2.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren	12
3. Die Süßwarenindustrie	13
3.1 Kurze Einführung in den Markt	13
3.2 Überblick über die lokale Produktion.....	13
3.3 Porträt der einzelnen lokalen Hersteller	14
3.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	16
3.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer).....	18
3.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller.....	20
3.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	21
4. Die Knabberartikelindustrie	23
4.1 Kurze Einführung in den Markt	23
4.2 Überblick über die lokale Produktion.....	24
4.3 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	24
4.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	25
4.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer).....	26
4.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller.....	28
4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	28
5. Die Backwarenindustrie	29
5.1 Kurze Einführung in den Markt	29
5.2 Überblick über die lokale Produktion.....	31
5.3 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller.....	32
5.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie.....	33
5.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer).....	34
5.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller.....	36

5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	36
6. Die Cerealienindustrie	37
6.1 Kurze Einführung in den Markt	37
6.2 Überblick über die lokale Produktion	38
6.3 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller	39
6.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie	40
6.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)	41
6.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller	42
6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	43
7. Der Speiseeismarkt	44
7.1 Kurze Einführung in den Markt	44
7.2 Überblick über die lokale Produktion	44
7.3 Porträt der einzelnen lokalen Hersteller	45
7.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie	47
7.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)	48
7.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller	49
7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten	50
8. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt	51
9. Struktur der Vertriebsschienen	53
10. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland	55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel; Süßwaren und Schokolade, 2017 – 2022 (2000 = 100)	18
Tabelle 2: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel; Fisch, Fleisch, Obst, Süßwaren und Schokolade, 2017 – 2022 (2000 = 100).....	26
Tabelle 3: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel, Brot und andere Getreideerzeugnisse, 2017 – 2022 (2000 = 100)	34
Tabelle 4: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel, Brot und Getreideprodukte, 2017 – 2022 (2000 = 100)	41
Tabelle 5: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel; Speiseeis, 2017 – 2022, (2000 = 100)	48
Tabelle 6: SWOT-Analyse zur Einschätzung der Chancen deutscher Süßwaren-Lieferanten in Schweden	52

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Deutsche Süßwarenlieferungen nach Schweden	8
Abbildung 2: Importe & Exporte von Süßwaren, Schweden 2022	20
Abbildung 3: Marktanteile der bedeutendsten Süßwarenhersteller in Schweden	21
Abbildung 4: Importe & Exporte von Knabberartikeln, Schweden 2022.....	27
Abbildung 5: Umsatzvolumen des Brot- und Backmarktes in Schweden	30
Abbildung 6: Umsätze der schwedischen Gastronomie vs. Bäckerei- & Konditoreiumsätze..	31
Abbildung 7: Importe & Exporte von Backartikeln, Schweden 2022.....	35
Abbildung 8: Importe & Exporte von Cerealien, Schweden 2022	42
Abbildung 9: Importe & Exporte von Speiseeis, Schweden 2022.....	49
Abbildung 10: Marktanteil der führenden Lebensmittel-Einzelhandelsketten in Schweden 2020.....	53

Abkürzungsverzeichnis

bzw.	beziehungsweise
BIP	Bruttoinlandsprodukt
EU	Europäische Union
i. d. H.	in der Höhe
kg	Kilogramm
km	Kilometer
km ²	Quadratkilometer
Mrd.	Milliarden
Mio.	Millionen
SEK	Schwedische Kronen
t	Tonnen
\$	US-Dollar
vgl.	vergleiche
vs.	versus
€	Euro
%	Prozent

Währungsumrechnung

Zur Vereinfachung der Darstellung und zur Gewährleistung der Vergleichbarkeit wurden die Import- und Exportwerte in US-Dollar (\$) sowie die Umsatzwerte in schwedischen Kronen (SEK) in Euro (€) umgerechnet. Der angewandte Wechselkurs für diese Umrechnung ist: 1 \$ = 0,94 EUR und 1 SEK = 0,085 €.

1. Einführung

1.1 Exporte von Süßwaren aus Deutschland nach Schweden

Auf einem von German Sweets e. V. veranstaltetem Länderseminar über den schwedischen Süßwarenmarkt stellte sich heraus, dass Deutschland als Schwedens wichtigster Handelspartner gilt. Die kulturelle Verbundenheit kann besonders bei Exportaktivitäten deutscher Hersteller hilfreich sein, da dem Lebensmitteleinzelhandel Schwedens persönliche Kontakte beim Markteintritt besonders wichtig sind. Ein weiterer positiver Faktor für den Export deutscher Süßwarenprodukte ist die hohe Kaufkraft und die hohen Konsumausgaben der schwedischen Verbraucher. Für Lebensmittel werden 12 Prozent (%) des Haushaltseinkommens ausgegeben. Zwar sind Schweden regionalen Marken gegenüber loyal, jedoch werden auch gern qualitativ hochwertige Produktneuheiten ausprobiert. Davon können Produkte „Made in Germany“ profitieren, da sie landesweit für Qualität stehen. In Schweden wird beim Süßwareneinkauf häufig zu „Pick-and-Mix“ gegriffen. Dies bietet Süßwarenherstellern in Deutschland eine attraktive Markteinstiegschance. Das Konzept kann zum Probieren der noch fremden Produkte animieren. Auch preislich kann dieser Einstieg in die schwedischen Supermarktregale lukrativ sein, da dieselbe Produktmenge bei „Pick-and-Mix“ meist teurer ist als die verpackte, in den Regalen zu findende Ware.¹

1.2 Motivation des Marktberichts

Der Süßwarenmarkt Schwedens stellt einen spannenden Absatzmarkt für deutsche Süßwarenhersteller dar. Mit Blick auf die Außenhandelszahlen sind die Exporte Deutschlands nach Schweden verglichen mit dem 1. Halbjahr 2022 im 1. Halbjahr 2023 um 17 % in ihrem Wert gestiegen. Die höchste Steigerung konnten dabei Rohmassen (+52 %) und kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen (+33,7 %) erzielen. In Schweden ist die Süßwarengruppe der Schokoladenwaren am besten etabliert. Bei Gesamtausfuhren von aktuell 26.427 Tonnen (t) (+0,8 %) machen die Lieferungen von Schokoladenwaren (7.463 t) fast ein Drittel aus.² Damit liegt Deutschland auf Platz eins und ist mit Abstand das Hauptlieferland Schwedens für Schokoladenwaren. Im Vergleich zur Konkurrenz fällt auf, dass deutsche Lieferungen süßwarenübergreifend ihren Platz in den schwedischen Regalen gefunden haben. Nicht nur bei Schokoladenwaren, sondern vor allem auch bei Zuckerwaren und feinen Backwaren

¹Einleitung von German Sweets e. V.: vgl. German Sweets Webkonferenz „Zukunftsmarkt Schweden“ 2021 / AHK Schweden.

²Einleitung von German Sweets e. V.: vgl. BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

haben Exporte aus Deutschland eine hohe Marktbedeutung.³



Abbildung 1: Deutsche Süßwarenlieferungen nach Schweden

Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

Zukünftig (2023 – 2027) soll die wertmäßige Steigerung insbesondere für Energieriegel mit einem Plus von 18,5 % günstig ausfallen.⁴ German Sweets e. V. sieht hier eine gute Möglichkeit, um in den schwedischen Markt einzusteigen oder das Produktsortiment auszuweiten. Der Pro-Kopf-Konsum von Süßwaren in Schweden zeigt, dass Cerealien-Produkte besonders beliebt sind. Müsli gehört entsprechend der konsumierten Menge zu den beiden meistgekauften Süßwarengruppen.⁵ Dies ist ein Trend, auf den aufgebaut werden kann. Den höchsten Pro-Kopf-Verbrauch macht hingegen Speiseeis aus. Gemeinsam mit den Niederlanden gehört Deutschland zu Schwedens Export-Hauptlieferanten.⁶

Durch die vorliegende Studie sollen der schwedische Markt, seine Verbraucher und seine Verkaufsstruktur näher analysiert werden, um deutschen Herstellern Absatzpotenziale und Vertriebsmöglichkeiten aufzuzeigen.⁷

³Einleitung von German Sweets e. V.: vgl. UN Comtrade 2022

⁴Vgl. ebd.

⁵Vgl. ebd.

⁶Vgl. ebd.

⁷Informationen von German Sweets e.V.

2. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

2.1 Länderkurzinformation

Mit 10,3 Millionen (Mio.) Einwohnern und einer Gesamtfläche von 449.696 Quadratkilometern (km²) stellt Schweden das größte Land Nordeuropas dar. Obwohl es damit flächenmäßig zu den fünf größten Ländern Gesamteuropas zählt, weist es die geringste Bevölkerungsdichte auf. Der Großteil der Einwohner lebt im südlichen Teil des Landes, in dem sich die wichtigsten Ballungsräume Stockholm, Göteborg und Malmö befinden. Mit über 2,1 Mio. Einwohnern ist die Metropolregion Stockholm nicht nur Hauptstadt des Landes, sondern auch die größte Stadt Skandinaviens. Schweden ist in vielen Bereichen ein florierender Wohlfahrtsstaat, der in zahlreichen internationalen Vergleichen exzellente Ergebnisse erzielt. Das Land zeichnet sich in Bereichen wie Bildung, wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit, Lebensqualität, bürgerliche Freiheiten und ökologische Nachhaltigkeit konsequent durch herausragende Leistungen aus.

Schweden ist eine parlamentarische Monarchie, in der der König ausschließlich repräsentative Aufgaben übernimmt. Der Ministerpräsident, seit Oktober 2022 Ulf Kristersson, wird vom Parlament gewählt und ist für die Auswahl der Kabinettsmitglieder verantwortlich. Seit 1973 akkreditiert Carl XVI. Gustaf zu Schweden die Botschafter anderer Länder und hält den Posten als Vorsitzender des Beirats für Auswärtige Angelegenheiten („*Utrikesnämnden*“) inne. Seit seinem EU-Beitritt im Jahr 1995 ist Schweden ein integraler Bestandteil der Europäischen Union (EU) und trägt mit seiner florierenden Wirtschaft maßgeblich zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) der EU bei. Vor allem im Vergleich des Pro-Kopf-BIP von 53,1 Tausend €⁸ ist es eines der führenden Länder Europas.⁹ Schweden ist kein Mitglied der Eurozone, behält also die Schwedische Krone (SEK) als offizielle Landeswährung bei.

2.2 Wirtschaftliche Lage und Aussichten

Schweden verzeichnete durch seine offene Marktwirtschaft und eine Betonung von Innovation und Nachhaltigkeit seit 1985 ein solides Wirtschaftswachstum. Dieser Trend spiegelt sich in verschiedenen wirtschaftlichen Kennzahlen wider, darunter das BIP, die Arbeitslosenquote und der Handel. Das BIP Schwedens lag im Jahr 2022 bei 557,5 Milliarden (Mrd.) €. Dies entsprach einer Zunahme des realen BIP von etwa 2,8 % im Vergleich zum Vorjahr. Schweden erlebte im ersten Quartal 2023 eine leichte wirtschaftliche

⁸Länderdaten.info: Kennzahlen der Wirtschaft in Schweden unter <https://www.laenderdaten.info/Europa/Schweden/wirtschaft.php#:~:text=Weltweit%20lag%20das%20Bruttoinlandsprodukt%202022,Platz%2023%20der%20gro%dfen%20Volkswirtschaften.>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2023.

⁹Statista.com: „Statistiken zu Schweden“ unter <https://de.statista.com/themen/1486/schweden/#topicOverview>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2023.

Erholung nach einem BIP-Rückgang Ende des Jahres 2022. Trotzdem wird für das Jahr 2023 eine Abnahme des realen schwedischen BIP von etwa -0,69 % erwartet.¹⁰

Die politische Stabilität des Landes fördert langfristige Wachstumschancen, indem hohe Investitionen in Forschung und Bildung getätigt werden. Dennoch deuten Prognosen für 2024 auf wirtschaftliche Herausforderungen hin, darunter die hohe Inflation, steigende Kreditkosten, sinkende Reallöhne und andere aktuelle weltwirtschaftliche Unsicherheiten. Die Inflation liegt gegenwärtig nach wie vor bei über 10 % und wird von einer hohen privaten Verschuldung begleitet. Die Regierung plant Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitsproduktivität und zur Stärkung der heimischen Lebensmittelproduktion. Gleichzeitig verzeichnet Schweden im Außenhandel ein steigendes Exportvolumen, insbesondere in die skandinavischen Länder und nach Deutschland. Um die Handelsbilanz im Jahr 2023 zu verbessern, arbeitet das Land aktiv an einem Anstieg der Exporte um etwa 2 % und einem Rückgang der Importe um mindestens 1 %.¹¹

Die Lebensmittelbranche bietet insgesamt fast 300.000 Arbeitsplätze – von der landwirtschaftlichen Produktion und Lebensmittelverarbeitung über Restaurants und Großküchen bis hin zum Einzelhandel.¹²

2.3 Zentren der Lebensmittelproduktion

Die schwedische Lebensmittel- und Getränkeindustrie gilt weltweit als führend in puncto Nachhaltigkeit und biologische Erzeugnisse. Die drei wichtigsten Sektoren dieser Branche sind Fleischverarbeitung, Molkerei und Bäckerei. Die Lebensmittelindustrie ist der drittgrößte Wirtschaftszweig des Landes. Derzeit werden 20 % der landwirtschaftlichen Nutzfläche für den ökologischen Anbau genutzt. Schweden bezieht einen Großteil seiner Lebensmittel aus anderen europäischen Ländern, wobei Gewürze und Kräuter hauptsächlich aus den Niederlanden importiert werden. Der Anteil deutscher Zutatenimporte ist insgesamt betrachtet hoch, bietet jedoch noch Raum für Wachstum. Insbesondere in den Produktkategorien Fleisch- und Fischzubereitungen, Zubereitungen aus Gemüse, Früchten, Nüssen und anderen Pflanzenteilen nehmen deutsche Produkte eine führende Position ein. Deutsche Erzeugnisse werden aufgrund ihrer Qualität besonders geschätzt, insbesondere im Markt für Trockenfrüchte und hochwertige, biologische Zutaten sowie bei Convenience-, biologischen und nachhaltigen Lebensmitteln. Die hohe Produktivitätsrate, das hohe Pro-

¹⁰Statista.com „Schweden: Wachstum des realen Bruttoinlandsproduktes (BIP) von 1981 bis 2022 und Prognosen bis 2028“ unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/14554/umfrage/wachstum-des-bruttoinlandsprodukts-bip-in-schweden/>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

¹¹German Trade & Invest: „Sinkende Wirtschaftsleistung trübt schwedische Laune“ unter <https://www.gtai.de/de/trade/schweden/wirtschaftsumfeld/sinkende-wirtschaftsleistung-truebt-schwedische-laune-251102>, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023.

¹²Swedenfoodarena.se: „Innovations- och forskningsagenda för livsmedelssektorn 2020“ unter https://swedenfoodarena.se/wp-content/uploads/Sweden-Food-Arena-innovations-och-forskningsagenda-digital-slutlig.pdf?trk=public_post_comment-text, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023.

Kopf-Einkommen und das Bevölkerungswachstum in Schweden bieten deutschen Unternehmen gute Chancen für den Markteintritt.¹³

Schweden verfügt über eine vielfältige und gut entwickelte Lebensmittelindustrie, die sich über das gesamte Land erstreckt. Sie ist mit ihren qualitativ hochwertigen Lebensmitteln von großer Bedeutung für die schwedische Bevölkerung. Auch im Bereich Nachhaltigkeit und Lebensmittelsicherheit ist die schwedische Lebensmittelproduktion fortschrittlich, denn viele Unternehmer setzen auf ökologische Landwirtschaft und umweltfreundliche Produktionsmethoden.

Die schwedische Landwirtschaft ist stark regionalisiert, wobei jede Region aufgrund ihrer klimatischen Bedingungen und Bodenbeschaffenheit unterschiedliche Schwerpunkte in der Lebensmittelproduktion hat. Diese Vielfalt spiegelt sich in den landwirtschaftlichen Produkten wider, die in den verschiedenen Teilen des Landes hergestellt werden.

In der südschwedischen Provinz Skåne dominiert der Ackerbau mit einem Augenmerk auf der Kultivierung von Getreidesorten wie Weizen und Raps. Die Region zeichnet sich zudem durch einen ausgeprägten Obst- und Gemüsebau aus. Im zentralen Binnenland, insbesondere in der Provinz Småland, ist die Landwirtschaft vornehmlich auf die Viehzucht ausgerichtet, was zur Produktion von Fleisch- und Milcherzeugnissen beiträgt und somit die Nachfrage der Bevölkerung nach qualitativ hochwertigen tierischen Produkten deckt. Die Region Västra Götaland, gelegen an der schwedischen Westküste, präsentiert sich mit einer diversifizierten Agrarstruktur. Neben der Viehwirtschaft spielt hier auch die Fischerei eine signifikante Rolle, bedingt durch die küstennahe Lage, und leistet einen wesentlichen Beitrag zur nationalen Versorgung mit Fisch und Meeresfrüchten. Im Norden Schwedens, in der Region Norrland, ist die Fleischproduktion von Wildtieren wie Elchen und Rentieren dominierend, die zusammen mit der Fischerei das landwirtschaftliche Profil der Region prägt. Zudem bereichern Wildbeeren, insbesondere Blaubeeren und Preiselbeeren, als regionale Spezialitäten das kulinarische Angebot und tragen zur Produktdiversifikation bei.

In der Metropolregion Stockholm sind zahlreiche Lebensmittelproduktionsbetriebe angesiedelt – von traditionellen Bäckereien bis hin zu internationalen Lebensmittelkonzernen, die eine reichhaltige Auswahl an Nahrungsmitteln bereitstellen. Diese Vielfalt unterstreicht die internationale Ausrichtung der Hauptstadt und trägt zur Lebensmittelverfügbarkeit im gesamten Königreich bei.

¹³Bundesamt für Landwirtschaft und Ernährung: „Marktstudien Schweden“, unter <https://www.agrarexportfoerderung.de/marktstudien/schweden>, zuletzt aufgerufen am 19.10.2023.

2.4 Besondere rechtliche Vorgaben für die Einfuhr und den Vertrieb von Süßwaren

Schweden ist seit 1995 Mitglied in der EU. In dem Staatenverbund werden viele Handelsvorschriften für Lebensmittel, darunter auch Süßwaren, auf EU-Ebene harmonisiert.¹⁴ So müssen alle Süßwaren, die in Schweden verkauft werden, bestimmte Kennzeichnungsanforderungen erfüllen. Diese umfassen Angaben wie eine Zutatenliste, Allergeninformationen, Nährwertangaben und das Mindesthaltbarkeitsdatum. Auch bei der Herstellung, Lagerung und dem Vertrieb von Süßwaren sind die in der EU gültigen Hygienevorschriften einzuhalten, um entsprechend die Lebensmittelsicherheit zu gewährleisten.¹⁵ Hierbei kann es Ausnahmen geben, da die schwedischen Vorschriften bezüglich der Lebensmittelsicherheit meist strenger sind als die allgemeinen EU-Vorschriften.¹⁶

Einige Lebensmittel unterliegen besonderen Bestimmungen, die in schwedischen Produktstandards festgelegt sind. Diese Standards sind einzelne EU-Richtlinien, die in nationales schwedisches Recht umgesetzt wurden und Ähnlichkeiten mit Handelsnormen aufweisen. Die Produktstandards können Anforderungen an die Eigenschaften des Lebensmittels selbst oder an dessen Herstellungsprozess stellen. Zu diesen Lebensmittelgruppen zählen auch Kakao- und Schokoladenerzeugnisse, für die in Schweden zusätzliche Sonderregelungen gelten.¹⁷

In der Vorschrift LIVSFS 2003:13¹⁸ ist geregelt, welche Fette neben Kakaobutter in Schokoladenprodukten enthalten sein dürfen und wie die Produkte entsprechend gekennzeichnet werden müssen, um auf dem schwedischen Markt vertrieben werden zu dürfen. Daneben enthält sie genaue Definitionen von Kakao- und Schokoladenprodukten, unter anderem von dunkler und heller Schokolade, Vollmilchschokolade, weißer Schokolade und Schokoladenpralinen.¹⁹

¹⁴Verksamt.se: „Import of food products“ unter <https://www.verksamt.se/web/international/developing/import-and-export/trading-in-goods/imports-of-food-products>, zuletzt aufgerufen am 10.10.2023.

¹⁵Statista.com: „Süßwaren & Snacks – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/schweden>, zuletzt aufgerufen am 12.10.2023.

¹⁶Bundesamt für Landwirtschaft und Ernährung: „Der Markt für Lebensmittel in Schweden“ unter https://www.agrarentwicklung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Laenderberichte2020/Marktstudie_Schweden_LM_ENDFASSUNG.pdf, zuletzt aufgerufen am 23.10.2023.

¹⁷Schwedische Lebensmittelbehörde: „Information, märkning och påståenden“ unter <https://www.livsmedelsverket.se/foretagande-regler-kontroll/regler-for-livsmedelsforetag/information-markning-och-pastaenden>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

¹⁸Schwedische Lebensmittelbehörde: „Livsmedelsverkets föreskrifter om kakao- och chokladvaror“ unter <https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/om-oss/lagstiftning/marknadsordn---handelsnorm---varustand/livsfs-2003-13-kons-tom-2014-13.pdf>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

¹⁹Schwedische Lebensmittelbehörde: „F-Varustandarder“ unter <https://kontrollwiki.livsmedelsverket.se/artikel/242/f-varustandarder>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

3. Die Süßwarenindustrie

3.1 Kurze Einführung in den Markt

Süßigkeiten und Snacks sind Bestandteil des täglichen Lebens in Schweden. Sie werden vor allem zwischen den Hauptmahlzeiten verzehrt, um dem Körper auch kurzfristig einen Energieschub zuzuführen. Die bekannte schwedische Tradition, vor allem an Samstagen Süßigkeiten zu essen (auch „*Lördagsgodis*“ genannt), wird zwar weiterhin gelebt, gilt allerdings inzwischen als überholt. In den meisten schwedischen Lebensmittelgeschäften befindet sich eine große Wand mit vielen kleinen Fächern gefüllt mit Süßigkeiten („*Godisvägg*“), aus den sich die Kunden ihre bevorzugten Süßigkeiten im „Pick-and-Mix“-Stil auswählen können.

Der schwedische Süßwarenmarkt ist mit einem Umsatzvolumen von 4,6 Mrd. € (aktueller Stand zum Jahr 2023) ein äußerst bedeutender Wirtschaftsfaktor in Schweden.²⁰ Bei einem Pro-Kopf-Umsatz von 162 € für Süßwaren (darunter fallen Schokolade und Schokoladenprodukte sowie Zuckerwaren, z. B. Kaugummi und Bonbons) und einem Pro-Kopf-Umsatz von lediglich 55 € für Obst und Gemüse im Jahr 2022 lässt sich eine Präferenz der schwedischen Konsumenten für Süßigkeiten erkennen.²¹

Die Branche ist ein wichtiger Arbeitgeber, zieht mit seinen speziellen Süßwaren und den über die Grenzen Schwedens hinaus bekannten Herstellern Touristen ins Land und wird durch staatliche Exportförderung unterstützt. Daneben besitzt der schwedische Süßwarenmarkt eine hohe Innovationskraft bei der Produktentwicklung und trägt bedeutend zur nationalen Wirtschaft bei. Der Süßwarenmarkt wird in absehbarer Zeit weiter florieren, maßgeblich getragen von innovativen Vertriebskonzepten und der Neueinführung gesünderer Produkte.

3.2 Überblick über die lokale Produktion

Die schwedische Süßwarenindustrie hat sich im Laufe der Zeit als ein bedeutender Sektor etabliert, der durch ein breites Spektrum an hochwertigen Produkten gekennzeichnet ist. Diese Erzeugnisse zeichnen sich durch ihre hohe Qualität und Diversität aus, stellen einen wichtigen Teil der kulinarischen Traditionen des Landes dar und tragen durch ihre Vielfalt einen besonderen Charakter in der schwedischen Küche bei.

²⁰Statista.com: „Süßwaren & Snack – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/schweden>, zuletzt aufgerufen am 13.11.2023.

²¹Statistics Sweden (SCB), „Livsmedelsförsäljningsstatistik 2022“ unter https://www.scb.se/contentassets/b740ba3dc087454099bd19ef9f033df4/ha0103_2022a01_sm_haftbr2201.pdf, zuletzt aufgerufen am 12.10.2023.

Zu den Vorreitern der schwedischen Lebensmittelindustrie zählt Cloetta, ein traditionsreiches Unternehmen, das seine Anfänge im Jahr 1873 hat.²² Die Brüder Cloetta gründeten damals die erste Schokoladenfabrik des Landes in Malmö. Mit einer Produktion von 27.125 t Süßwaren im Jahr 2022 unterstreicht der Standort Ljungsbro Cloettas eine bedeutende Rolle im südschwedischen Süßwarenssegment.²³ Schweden ist bekannt für seine Affinität zu Lakritz, und Malaco, eine Marke des Süßwarenunternehmens, wird über die Landesgrenzen hinaus für seine Vielfalt an süßen und salzigen Lakritz- und Fruchtgummiprodukten geschätzt.

Marabou, eine weitere Größe der Branche, wurde im Jahr 1916 gegründet und hat sich mit einer umfassenden Auswahl an Schokoladentafeln und Pralinen etabliert. Die Marke ist international für ihre Produkte, insbesondere für den renommierten Schokoriegel „Daim“, bekannt. Marabou ist Teil des Portfolios von Mondelez International, einem weltweit führenden Hersteller von Schokoladen- und Süßwarenprodukten.

Zu den weiteren prägenden Marktteilnehmern zählen die Unternehmen Karl Fazer AB, Bubs Godis AB und Grahn's Konfektyr AB. Diese Firmen tragen maßgeblich zur Vielfalt und Dynamik des Marktes bei.

3.3 Porträt der einzelnen lokalen Hersteller

In Schweden sind einige der größten und bedeutendsten Süßwarenhersteller Nordeuropas ansässig. Diese Unternehmen haben mit ihren Produkten einen festen Platz in den Konsumgewohnheiten der schwedischen Bevölkerung eingenommen und bieten eine breite Palette an Süßigkeiten.

Im schwedischen Süßwarenssektor nimmt Cloetta eine zentrale Stellung ein und zeichnet sich durch ein umfangreiches Produktportfolio aus. Als Marktführer deckt das Unternehmen mit seinen Marken ein breites Spektrum an Kategorien ab, darunter Zuckerwaren, Schokoladenprodukte, Pastillen sowie lose Bonbons. Zu den prominenten Marken von Cloetta gehören:

- Läkerol – bekannt für seine pastillenartigen Süßigkeiten, die oft mit gesundheitlichem Nutzen in Verbindung gebracht werden, wie z. B. der Linderung von Halsbeschwerden.

²²Germany Trade & Invest: „Markt in Schweden entwickelt sich dynamisch“ unter <https://www.gtai.de/de/trade/schweden/branchen/markt-in-schweden-entwickelt-sich-dynamisch-1031248>, zuletzt aufgerufen am 12.10.2023.

²³Cloetta.com: „Produktionsanläggningar“ unter <https://www.cloetta.com/sv/om-cloetta/affarside-och-affarsmodell/produktion/produktionsanlaggningar/#:~:text=Cloetta%20har%20totalt%20sju%20fabriker,pastiller%20och%20nötter%20under%202022>, zuletzt aufgerufen am 12.10.2023.

- Malaco – eine Marke, die für eine große Vielfalt an Fruchtgummi- und Lakritzprodukten steht und besonders für ihre „Gott-&-Blandat“-Mischungen („lecker und gemischt“) bekannt ist.
- Ahlgrens bilar – Schaumautos, die zu den meistverkauften Süßwaren in Schweden gehören und einen Kultstatus haben.
- Kexchoklad – ein beliebter schokoladenüberzogener Waffelriegel, der sowohl als Snack als auch als süße Zwischenmahlzeit dient.
- Polly – schokoladenüberzogene Schaumzuckerstücke, die oft in verschiedenen Geschmacksrichtungen angeboten werden und sich großer Beliebtheit erfreuen.
- CandyKing – Cloettas Marke für lose Süßwaren, die in vielen Geschäften und Kinos in Skandinavien angeboten werden.

Das Unternehmen Cloetta ist nicht nur in Schweden stark vertreten, sondern erfreut sich auch in den nordischen Nachbarländern, den Niederlanden, Italien, Deutschland und dem Vereinigten Königreich großer Beliebtheit. Cloetta sowie die Eigenmarke Läkerol sind als königliche Hoflieferanten ausgezeichnet – eine Ehre, die die herausragende Stellung des Unternehmens unterstreicht und seinen Ruf für Qualität und Tradition festigt.²⁴ Das Unternehmen erzielte im Jahr 2022 einen Umsatz von 253,4 Mio. € und beschäftigte 585 Mitarbeiter.²⁵

Mondelēz International gilt als wegweisendes Zentrum in der schwedischen Süßwarenindustrie und genießt einen guten Ruf für die Herstellung und den Vertrieb ikonischer Marken. Als eines der führenden Unternehmen im Bereich der Süßwarenproduktion bietet Mondelēz ein vielfältiges Sortiment an Premiumprodukten, die sowohl auf lokaler als auch globaler Ebene Anerkennung finden. Zu den bekanntesten Namen zählen Marabou, eine schwedische Traditionsmarke, die seit 1916 besteht, sowie international beliebte Marken wie Oreo, Daim, Philadelphia, Tuc und Toblerone, die die Süßwaren- und Snack-Kultur weltweit prägen. Die Innovationskraft von Mondelēz ist zentraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie, die bestrebt ist, die Konsumgewohnheiten der Kunden ständig neu zu definieren und zu bereichern. Diese Dynamik zeigt sich in der stetigen Entwicklung und Einführung neuer Produkte, die den vielfältigen Geschmacksvorlieben und dem modernen Lifestyle der Verbraucher gerecht werden sollen. Im schwedischen Produktionsstandort Upplands Väsby wird neben anderen Qualitätsprodukten auch der weltweit beliebte Mikado-Keks produziert. Dies unterstreicht die Bedeutung Schwedens als strategischer Standort für die Fertigung von Süßwaren, die

²⁴Cloetta.com: „Sverige“ unter <https://www.cloetta.com/sv/marknad-och-varumarken/cloettas-huvudmarknader/sverige/>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

²⁵Vainu.io: „Cloetta Sverige AB“ unter <https://vainu.io/company/cloetta-sverige-ab-omsattning-och-nyckeltal/1194574/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023.

den hohen Qualitätsstandards von Mondelēz International entsprechen. Die Kombination aus traditionellem Know-how und innovativem Engagement macht Mondelēz zu einem entscheidenden Wettbewerber auf dem schwedischen Markt und darüber hinaus.²⁶ Das Unternehmen (zusammen mit der Mondelez Sverige Production AB) generierte im Jahr 2022 einen Umsatz von 264,4 Mio. € und beschäftigte 298 Mitarbeiter.²⁷

Karl Fazer AB, ein Tochterunternehmen der Fazer Group mit finnischen Wurzeln, etablierte sich seit seiner Gründung in Schweden im Jahr 1967 als ein Synonym für qualitativ hochwertige Süßwaren. Karl Fazer AB ist besonders für seine Süßwarensparte bekannt und zeichnet sich durch die Produktion von Premium-Schokoladen und Konfekt aus, wobei die Fazer-Blå-Schokolade als eine der gefragtesten Sorten in Schweden heraussticht. Das Unternehmen setzt auf Qualität und Nachhaltigkeit, die sich in der Auswahl der Rohstoffe und der Verwendung von umweltfreundlichen Verpackungen manifestiert. Dieses Engagement spiegelt sich auch in Karl Fazer ABs umfassendem Bäckereiproduktportfolio wider, das die hohe Handwerkskunst des Unternehmens unter Beweis stellt und seinen Ruf als Pionier in der Lebensmittelbranche stärkt. Karl Fazer AB gilt als Inbegriff der Kundenorientierung, wobei das Unternehmen bestrebt ist, innovative und geschmacklich herausragende Produkte zu kreieren, die den Wünschen und dem modernen Lebensstil der Konsumenten entsprechen. Die Kombination aus Tradition, Handwerkskunst und einem zukunftsorientierten Ansatz macht die Karl Fazer AB zu einem maßgeblichen Akteur in der Süßwarenindustrie Schwedens.²⁸ Im Jahr 2022 wurden in Schweden 141,1 Mio. € umgesetzt und 338 Mitarbeiter beschäftigt.²⁹

Obwohl Bubs Godis AB und Grahns Konfektyr AB mit einem Umsatz von 17,9 Mio. € bzw. 13,1 Mio. € im Jahr 2022 kleinere Marktteilnehmer sind, prägen sie die schwedische Süßwarenindustrie durch innovative Technologien und den Einsatz natürlicher Inhaltsstoffe.

3.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

In Schweden sind einige der größten und bedeutendsten Süßwarenhersteller Nordeuropas ansässig. Diese Unternehmen haben im Laufe der Zeit einen festen Platz in den Konsumgewohnheiten der schwedischen Bevölkerung eingenommen. An Ausgaben für Süßwaren sparen die Schweden nicht: Der Umsatz des Marktes für Süßwaren und Snacks wird für das Jahr 2023 mit 4,6 Mrd. € prognostiziert. Damit folgt er seinem stetigen

²⁶Mondelez International: „Sweden, about us“ unter <https://www.mondelezinternational.com/Sweden/>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

²⁷Vainu.io: „Mondelez Sverige AB“ unter <https://vainu.io/company/mondelez-sverige-ab-omsattning-och-nyckeltal/1426324/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023.

²⁸Fazer AB: „Fazer i Sverige“ unter <https://www.fazergroup.com/sv/kontakta-oss/fazer-i-sverige/>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

²⁹Vainu.io: „Fazer Sweden AB“ <https://vainu.io/company/fazer-sweden-ab-omsattning-och-nyckeltal/1530379/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023.

Wachstum seit 2018 und wird sich voraussichtlich mit einem jährlichen Wachstum von 4,94 % bis in das Jahr 2028 entsprechend steigern.³⁰

Besonders bemerkenswert ist, dass im Jahr 2022 nicht nur der Gesamtumsatz mit Lebensmitteln in Schweden gestiegen ist, sondern sich auch die Verteilung innerhalb der Lebensmittelgruppen zugunsten der Süßigkeiten verschoben hat: So ist der Pro-Kopf-Umsatz mit Obst und Gemüse gesunken, während der Pro-Kopf-Umsatz mit Süßwaren gestiegen ist.³¹

Im direkten Vergleich lagen die privaten Konsumausgaben im Jahr 2022 in Schweden 24,1 % über dem Durchschnitt der 27 Mitgliedsstaaten der EU. Damit zählt Schweden innerhalb der EU zu den Ländern mit den höchsten Preisen. In Deutschland hingegen waren im Jahr 2022 die Lebenshaltungskosten mit 8,9 % über dem europäischen Durchschnitt zwar höher als in den meisten Nachbarländern, lagen allerdings trotz eines steigenden Trends weit unter den schwedischen privaten Konsumausgaben.³²

In der schwedischen Süßwarenindustrie wurde bis 2021 eine moderate Preisanpassung von circa 1 % pro Jahr beobachtet, die unter der allgemeinen Inflationsrate des Landes lag. Diese Entwicklung führte dazu, dass Süßigkeiten und Schokolade im Verhältnis zu anderen Konsumgütern preislich attraktiver wurden.³³ Die nachfolgende Tabelle belegt diese Entwicklung.

³⁰Statista.com: „Süßwaren & Snacks – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/schweden>, zuletzt aufgerufen am 29.10.2023.

³¹Statistics Sweden (SCB): „Erhöhter Verkauf von Süßigkeiten und Erfrischungsgetränken im Jahr 2022“, unter <https://www.scb.se/en/finding-statistics/statistics-by-subject-area/trade-in-goods-and-services/domestic-trade/food-sales/pong/statistical-news/food-sales/>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2023.

³²Eurostat: „Kaufkraftparitäten (KKP) und vergleichende Preisniveauidizes für die Aggregate des ESVG 2010“ unter https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/PRC_PPP_IND_custom_75438/bookmark/table?lang=de&bookmarkId=a8cc6259-a610-4f68-8559-6867c665c9a1, zuletzt aufgerufen am 25.20.2023.

³³Statistic Sweden (SCB): „Sillen blir allt dyrare jämfört med godis och ägg“ unter <https://www.scb.se/hitta-statistik/redaktionellt/sillen-blir-allt-dyrare-jamfort-med-godis-och-agg/>, zuletzt aufgerufen am 25.20.2023.

Tabelle 1: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel; Süßwaren und Schokolade, 2017 – 2022 (2000 = 100)

COICOP*	Produktgruppe	2000	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01 + 02.1	Essen und Trinken	100	131,6	134,5	138,2	140,8	141,3	154,8
01	Essen und alkoholfreie Getränke	100	134,7	137,9	142,0	145,1	145,6	161,4
01.1.6	Obst	100	192,0	204,2	199,0	211,7	204,7	223,9
01.1.7	Gemüse	100	129,8	134,8	146,5	147,3	145,6	160,5
01.1.8	u. a. Süßwaren und Schokolade	100	118,2	119,2	122,0	124,9	125,6	132,8

Quelle: Eigene Darstellung gemäß SCB, Statistiska centralbyrån.³⁴

*COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose

Ab 2021 führten steigende Rohstoff- und Produktionskosten in Verbindung mit der ab 2022 weltweit dominierenden Inflation zu einem deutlichen Preisanstieg im Süßwarenssegment: um rund 6 % im Jahr 2022³⁵ und um weitere 14,5 % bis August 2023.³⁶ Trotz dieses Trends zeigt sich von August bis September 2023 eine erste Trendwende mit einem Rückgang der Preise für Süßwaren.³⁷ Im Jahr 2023 deuteten die Umsatzzahlen in Schweden auf einen Pro-Kopf-Verbrauch von 443 € jährlich hin. Dies entspricht einem durchschnittlichen Konsum von 53,6 kg Süßwaren und Snacks pro Person im Jahr 2023. Diese Zahlen verdeutlichen die Resilienz und das konstante Verbraucherinteresse an Süßwaren trotz der wirtschaftlichen Herausforderungen.³⁸

3.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Die Importe und Exporte von Süßwaren spielen eine bedeutende Rolle in den internationalen Handelsbeziehungen Schwedens im Lebensmittelsektor. Im Folgenden werden die Exporte und Importe für Süßwaren folgender Handelsgruppen inklusive ihrer exakten Bezeichnungen mit der entsprechenden Zolltarifnummer, im Folgenden mit der offiziellen Bezeichnung HS-Code benannt, aufgeführt:³⁹

1. HS-Code 170410: Zuckerwaren ohne Kakaogehalt (einschließlich weißer Schokolade); Kaugummi, auch mit Zucker überzogen

³⁴Statistics Sweden (SCB): Konsumentpreisindex (KPI) årsmedeltal efter varu/tjänstegrupp (COICOP), 1980 = 100 År 1980 – 2022“ unter https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_PR_PRO101_PRO101A/KPICOI80Ar/, zuletzt aufgerufen am 25.10.2023.

³⁵Statistics Sweden (SCB): Konsumentpreisindex (KPI) årsmedeltal efter varu/tjänstegrupp (COICOP), 1980 = 100 År 1980 – 2022“ unter https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_PR_PRO101_PRO101A/KPICOI80Ar/, zuletzt aufgerufen am 25.10.2023.

³⁶Matpriskollen.se: „Pressutskick: Augusti 2023“ unter <https://matpriskollen.se/2023/09/pressutskick-augusti-2023/>, zuletzt aufgerufen am 25.10.2023.

³⁷Trading Economics: „Sweden Inflation rate“ unter [https://tradingeconomics.com/sweden/inflation-cpi#:~:text=The%20annual%20inflation%20rate%20in%20Sweden%20remained%20constant%20at%209.3,\(14.2%25%20vs%2015.6%25\)](https://tradingeconomics.com/sweden/inflation-cpi#:~:text=The%20annual%20inflation%20rate%20in%20Sweden%20remained%20constant%20at%209.3,(14.2%25%20vs%2015.6%25),), zuletzt aufgerufen am 25.10.2023.

³⁸Statista.com: „Süßwaren & Snacks – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/schweden>, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023.

³⁹Statistisches Bundesamt: „Warengruppenverzeichnis für die Außenhandelsstatistik (2022)“ unter https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/Aussenhandel/Downloads/WA2022-3200300-22700-4.pdf?__blob=publicationFile, zuletzt aufgerufen am 24.10.2023.

2. HS-Code 170490: Zuckerwaren ohne Kakaogehalt (einschließlich weißer Schokolade), Kaugummi, auch mit Zucker überzogen; andere
3. HS-Code 180631: Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen in Form von Tafeln, Stangen und Riegeln gefüllt
4. HS-Code 180632: Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen in Form von Tafeln, Stangen und Riegeln nicht gefüllt
5. HS-Code 180690: Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen; andere

Schweden importierte im Jahr 2022 Süßwaren dieser Warengruppen im Wert von 695 Mio. €. Mit einem Importvolumen von 131 Mio. € stellte Deutschland den wichtigsten Handelspartner für Schweden dar. Vor allem die Schokoladenprodukte des HS-Codes 180690, „Schokolade und andere kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen“, machten mehr als 40 % des Gesamtvolumens aus. Neben Deutschland stellten vor allem Dänemark (107 Mio. €), die Niederlande (82 Mio. €) und Finnland (64 Mio. €) die wichtigsten Länder für Süßwarenimport nach Schweden dar.⁴⁰

Gleichzeitig wurden im Jahr 2022 Süßwaren im Wert von 485 Mio. € aus Schweden exportiert. Die wichtigsten Zielländer für Schwedens Süßigkeiten stellten Norwegen (140 Mio. €), Dänemark (95 Mio. €) und Finnland (81 Mio. €) dar. Deutschland lag mit einem Volumen von 31 Mio. € auf Platz vier.⁴¹

⁴⁰World Integrated Trade Solutions: unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/180631> zuletzt aufgerufen am 24.10.2023.

⁴¹World Integrated Trade Solutions (WITS): „Sweden Chocolate and other food preparations containing cocoa: in blocks, slabs or bars, (not filled), weighing 2kg or less exports by country in 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/Exports/partner/ALL/product/180632>, zuletzt aufgerufen am 24.10.2023.

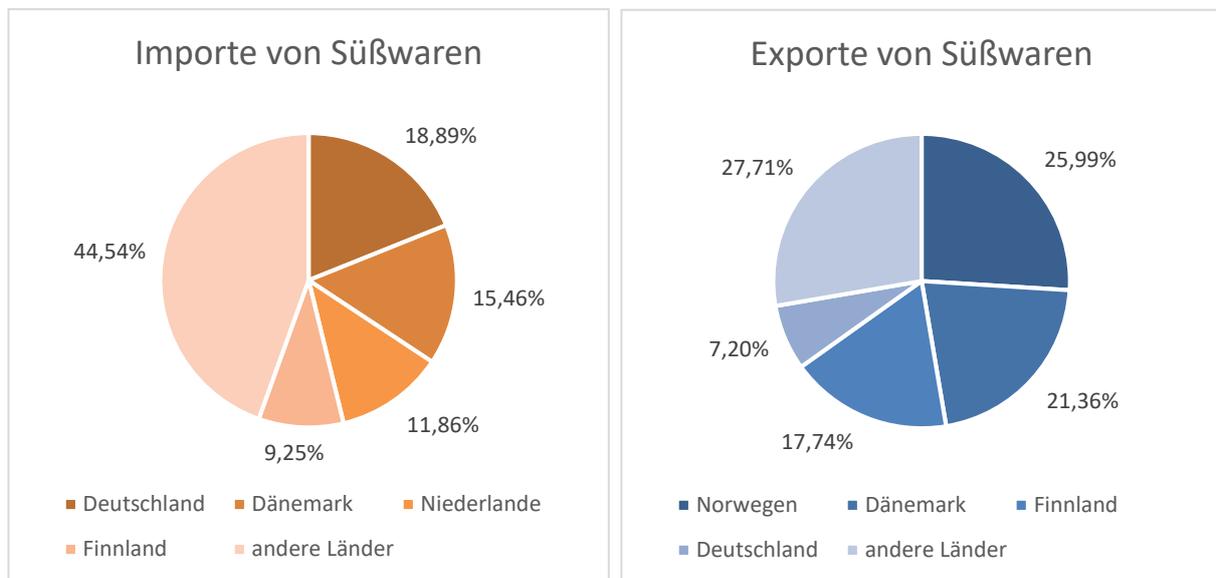


Abbildung 2: Importe & Exporte von Süßwaren, Schweden 2022

Quelle: Eigene Darstellung nach World Integrated Trade Solutions.

Zusammenfassend zeigen diese Zahlen, dass Schweden nicht nur ein bedeutender Konsument von Süßwaren ist, sondern auch erfolgreich in den Exportmarkt für diese Produkte investiert. Die Süßwarenindustrie stellt somit eine wichtige Komponente in Bezug auf die wirtschaftliche Stärke Schwedens dar. Deutschland ist dabei einer der wichtigsten Handelspartner.

3.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller

Der schwedische Süßwarenmarkt ist maßgeblich von der Dominanz dreier bedeutender Hersteller der Branche geprägt. Diese Unternehmen haben nicht nur eine lange Tradition in der Herstellung von Süßwaren, sondern reagierten auch erfolgreich auf die sich wandelnden Geschmackspräferenzen und Marktanforderungen.

In der dynamischen Landschaft des schwedischen Süßwarenmarktes positionierte sich Mondelēz International im Jahr 2022 als führender Akteur. Mit einem Marktanteil von 24 % dominierte das US-amerikanische Unternehmen das Segment und setzte sich deutlich von der lokalen Konkurrenz ab. Die schwedische Firma Cloetta, bekannt für ihre Expertise in der Herstellung von Zuckerwaren und Schokoladenprodukten, folgte mit einem Marktanteil von 19 %. Als drittgrößter Wettbewerber zeichnete sich das Unternehmen Karl Fazer AB mit einem Marktanteil von 7 % aus. Wie in Abbildung 3 ersichtlich beherrschten diese drei Hauptakteure gemeinsam die Hälfte des Marktes. Die verbleibenden 50 % des Marktes verteilten sich auf eine Vielzahl an etablierten Marken, zu denen auch global bekannte Namen wie Haribo zählen.

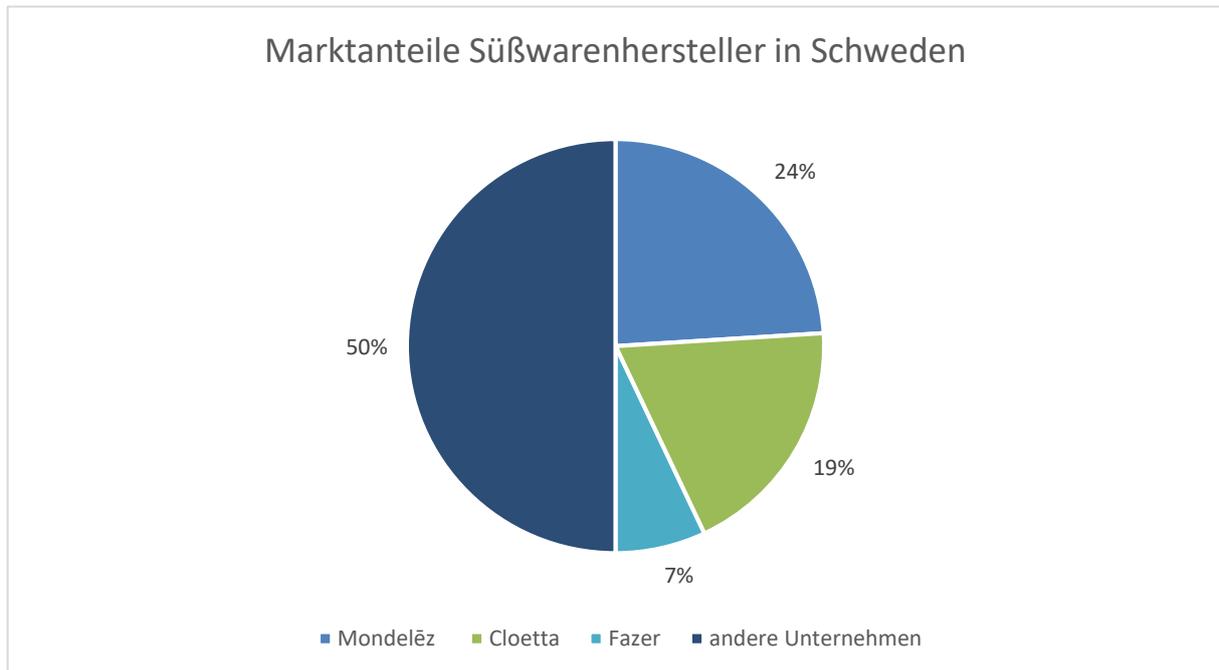


Abbildung 3: Marktanteile der bedeutendsten Süßwarenhersteller in Schweden⁴²

Quelle: Eigene Darstellung nach Statista.com.

Im Zuge ihrer langjährigen Präsenz haben die führenden Süßwarenhersteller Schwedens nicht nur die heimischen Konsumenten für sich gewonnen, sondern auch international Anerkennung gefunden. Ihre Produktpalette, die in Supermärkten und Geschäften weltweit angeboten wird, zeugt von der hohen Qualität und Vielfalt, die sie in das Süßwarenssegment einbringen.

3.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Der Süßwarenmarkt steht vor einer dynamischen Wachstumsphase, wobei die Expansion durch sich ändernde Verbraucherpräferenzen und regulatorische Impulse beeinflusst wird. Mit einem steigenden Gesundheitsbewusstsein und einer zunehmenden Präferenz für ernährungsphysiologisch vorteilhafte Alternativen positionieren sich Konsumenten an der Schnittstelle zu gesünderen Lebensstilentscheidungen. Diäten mit reduziertem Kohlenhydratanteil wie die Keto- oder die Paleo-Ernährungsform gewinnen an Popularität und treiben die Reduktion des Zuckerkonsums voran. Diese Verschiebung der Verbrauchervorlieben eröffnet Süßwarenproduzenten die Möglichkeit, nicht nur innovative, gesündere Produktvarianten mit weniger Kohlenhydraten anzubieten, sondern auch

⁴²Statista.com: „Market share of the largest players on the confectionery market in Sweden in 2022“ unter <https://www.statista.com/statistics/565570/market-share-of-the-largest-players-on-the-confectionery-market-in-sweden/>, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023.

Produkte mit zusätzlichen, gesundheitsfördernden Komponenten wie pflanzlichen Proteinen, Ballaststoffen und anderen Inhaltsstoffen.⁴³ Zugleich entwickelt die schwedische Regierung Kampagnen zur Zuckerreduktion für die öffentliche Gesundheitsprävention.-. Insbesondere deutsche Süßwarenproduzenten können diese Marktentwicklung als Chance nutzen, um mit zuckerreduzierten und gesundheitsorientierten Snacks auf dem schwedischen Markt erfolgreich zu sein. Eine strategische Ausrichtung auf Qualitätsinnovationen, die sich den Trends zur gesunden Ernährung anpassen, verspricht ein nachhaltiges Wachstumspotenzial im exportorientierten Geschäft.

⁴³Market Research.com: „Sweden: Sugar Confectionery Market and the Impact of COVID-19 on It in the Medium Term“ unter <https://www.marketresearch.com/Williams-Marshall-Strategy-v4196/Sweden-Sugar-Confectionery-Impact-COVID-34215089/>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

4. Die Knabberartikelindustrie

4.1 Kurze Einführung in den Markt

Der Markt für Knabberartikel in Schweden ist vielfältig und bietet eine breite Palette an süßen und herzhaften Snacks (Chips, Flips, Popcorn, Cracker und Dips, Nüsse und Nussbutter sowie Salzstangen). Der Bereich „Snack Food“ – darunter fallen Kekse und Cracker, Kartoffelchips und Knabberartikel – wird im Jahr 2023 einen geschätzten Gesamtumsatz von 1,15 Mrd. € erreichen. Bis 2028 wird eine Fortsetzung und Beschleunigung der positiven Dynamik, die durch eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 3,6 % zwischen 2018 und 2023 geprägt war, erwartet (6,29 % jährlich). Der Unterkategorie Knabberartikel wird hierbei das größte Potenzial zugeschrieben.⁴⁴

Ein entspannter Fernsehabend ist in Schweden ohne Chips kaum vorstellbar. Das schwedische Wörterbuch führt seit 2006 einen speziellen Ausdruck für dieses Wochenendritual: „fredagsmys“. Dieser Neologismus kombiniert „fredag“ (Freitag) mit „mys“ (Gemütlichkeit) und steht für die Tradition, den Freitagabend mit Snacks und Fernsehen gemütlich ausklingen zu lassen.⁴⁵

Die Schweden konsumierten im Jahr 2023 durchschnittlich 11,3 kg Snackartikel pro Kopf.⁴⁶ Besonders Kartoffelchips tragen mit einem Verbrauch von über 2 kg⁴⁷ maßgeblich zu diesem Wert bei. 24,4 % des gesamten Umsatzes im Knabberartikelbereich entfallen auf die Kategorie Kartoffelchips.⁴⁸ Den Hauptvertriebskanal für diese Produktkategorie stellt nach wie vor der stationäre Lebensmittelhandel dar, auch wenn eine deutliche Verschiebung in Richtung E-Commerce stattfindet: Während der Online-Anteil im Jahr 2019 noch bei 2 % lag, hat er sich bis 2022 auf über 4 % verdoppelt.⁴⁹ Dennoch dominieren die traditionellen Ladengeschäfte den Markt.

In Schweden gibt es einen klaren Trend bei Verbrauchern hin zu gesünderen Snacks. Diesem Trend folgend passte der führende Snackhersteller Estrella AB seine Produktionstechniken an. Anstatt seine Produkte zu frittieren, setzt das Unternehmen nun vermehrt auf einen sorgfältigen Backprozess, was zu einem Snack mit reduziertem Fettgehalt führt. Darüber hinaus erweiterte Estrella AB seine Produktlinie und bietet nun auch Snacks aus Linsen und

⁴⁴Statista.com: „Snack Food – Sweden“ unter <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/snack-food/sweden?currency=EUR>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

⁴⁵Scandinavian Lifestyle: „Fredasmys“ unter <https://www.scandinavian-lifestyle.de/magazin/fredasmys/>, zuletzt aufgerufen am 30.11.2023.

⁴⁶Statista.com: „Snack Food – Sweden“ unter <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/snack-food/sweden?currency=EUR>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

⁴⁷Naschhaus.de: „Knabbern wie in Schweden“ unter <https://www.naschhaus.de/knabbern-wie-in-schweden-die-chips-vielfalt-im-naschhaus/>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

⁴⁸Statista.com: „Snack Food – Sweden“ unter <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/confectionery-snacks/snack-food/sweden#revenue>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

⁴⁹Statistics Sweden (SCB): „Sverige ekonomi nummer 12 2022“, unter https://www.scb.se/contentassets/eaad7dc3f1a74e259bac7997347ce5fe/nr0001_2022m12_ti_a28ti2211.pdf, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

Süßkartoffeln an. Die stetig wachsende gesunde und vegane Kollektion des Unternehmens beinhaltet zudem Produkte mit hohem Proteingehalt und mehr Ballaststoffen, was sie zu einem gesunden und funktionellen Snack machen soll.

4.2 Überblick über die lokale Produktion

In Schweden dominieren zwei namhafte Unternehmen die Produktion für Knabberartikel: Estrella AB und OLW AB. Estrella AB gehört zur international agierenden Intersnack Group und hat seine Firmenzentrale in Angered nahe Göteborg. Das Unternehmen verfügt über ein zentrales Kartoffellager in Kistinge, in der Nähe von Halmstad. Dadurch wird seine starke Präsenz und Verpflichtung gegenüber dem schwedischen Markt unterstrichen.

OLW AB hingegen wählte Filipstad im Westen Schwedens als Standort, wo nicht nur die Unternehmenszentrale angesiedelt ist, sondern auch ein Großteil der Snackproduktion stattfindet. OLW AB ist Teil der Orkla Group, einer multinationalen norwegischen Unternehmensgruppe. Beide Hersteller haben eine langjährige Tradition und bieten eine umfassende Palette an Produkten an, die die Vorlieben und den Geschmack der schwedischen Bevölkerung widerspiegelt. Aufgrund ihrer Innovationskraft und dem Streben nach Qualität zählen sie zu den führenden Unternehmen der schwedischen Snackindustrie.

Weiterhin gibt es kleinere lokale Produzenten wie das Unternehmen Svenska Lantchips AB, die sowohl im Produktions- als auch Umsatzvolumen eine eher untergeordnete Rolle spielen, deren Produkte jedoch auf internationalen Märkten, u. a. in den USA und Japan, Absatz finden.

4.3 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

Der Sektor für Knabberartikel in Schweden wird sowohl von einheimischen als auch internationalen Unternehmen dominiert. Estrella AB und OLW AB erwirtschafteten im Jahr 2022 zusammen über 23 % des Umsatzes auf dem schwedischen Snackartikelmarkt: Estrella AB circa 126,75 Mio. €⁵⁰ und OLW AB circa 138,88 Mio. €⁵¹.

OLW AB, eine Division der Orkla Confectionery & Snacks Sverige AB, besitzt einen geschätzten Marktanteil von 12 % im schwedischen Snackmarkt. Das Unternehmen ist in Schweden für seine Chips, Nüsse und andere Snackprodukte bekannt und vertreibt diese hauptsächlich unter seinem eigenen Markennamen. Es hat Produktionsstätten in verschiedenen Teilen Schwedens und beschäftigt circa 459 Mitarbeiter.⁵²

⁵⁰Vainu.io: „Estrella AB“ unter <https://vainu.io/company/estrella-ab-omsattning-och-nyckeltal/1391328/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

⁵¹Orkla.com: „Annual Report 2022“ unter https://www.orkla.com/wp-content/uploads/sites/3/2023/06/230614_Orkla_Annual-Report_FINAL.pdf, zuletzt aufgerufen am 31.10.2023.

⁵²Vainu.io: „Orkla Confectionery & Snacks Sverige AB“ unter <https://vainu.io/company/orkla-confectionery-snacks-sverige-ab-omsattning-och-nyckeltal/1404799/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

Estrella AB, ein weiteres bekanntes Unternehmen in der Snackbranche in Schweden, gehört zur deutschen Intersnack Group. Es besitzt einen geschätzten Marktanteil von 11 % und bietet eine breite Palette an Produkten, darunter Chips, Popcorn und Nüsse. Die Marke hat ihren Sitz in Angered, einem Vorort von Göteborg und beschäftigt 233 Mitarbeiter.⁵³

Diese dominante lokale Präsenz wird durch den Import internationaler Marken von PepsiCo, Mondelēz International und Kellogg's ergänzt. Mondelēz, bekannt für seine Kekse und Cracker Oreo und TUC, hat zwar eine lokale Produktionsstätte, allerdings werden dort lediglich Süß- und Schokoladenwaren hergestellt.

4.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Der Markt für Süßwaren & Snacks wird im Jahr 2023 ein Volumen von etwa 4,55 Mrd. € erreichen.⁵⁴ Innerhalb dieses Segments generiert die spezifische Kategorie der Snackartikel (darunter Kekse & Cracker mit einem Anteil von circa 40 %, Kartoffelchips mit circa 24,4 % und Knabberartikel mit circa 35,6 %) in Schweden einen Jahresumsatz von rund 1,15 Mrd. €, wobei sich der stark positive Trend fortsetzt.

Die Preisentwicklung auf dem schwedischen Knabberartikelmarkt wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst, insbesondere durch die wachsende Nachfrage nach hochwertigen und gesunden Produkten sowie die Dynamik des Importmarktes. Während traditionelle Snacks wie Kartoffelchips oder Erdnüsse seit 2017 moderate Preiserhöhungen verzeichneten, tendieren neuere, innovative Produkte – besonders solche mit gesundheitsfördernden Eigenschaften oder ungewöhnlichen Geschmacksrichtungen – zu höheren Preispunkten. Zusätzlich haben weltweite Krisen wie der Krieg in der Ukraine und der daraus resultierende Anstieg der Inflation sowie steigende Energiekosten die Produktionskosten erhöht und einen spürbaren Einfluss auf die Preisgestaltung. Der allgemeine Preisindex für Knabberartikel in Schweden (nachfolgend in die Kategorie 01.1.8 Süßwaren eingeordnet) zeigt einen stetigen Anstieg, nimmt im Vergleich zu Kategorien wie Frischeartikeln (Obst, Fisch und Fleisch) aber nur moderat zu.

⁵³Vainu.io: „Estrella AB“ unter <https://vainu.io/company/estrella-ab-omsatning-och-nyckeltal/1391328/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

⁵⁴Statista.com: „Süßwaren & Snacks – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/schweden>, zuletzt aufgerufen am 30.10.2023.

Tabelle 2: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel; Fisch, Fleisch, Obst, Süßwaren und Schokolade, 2017 – 2022 (2000 = 100)

COICOP*	Produktgruppe	2000	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01 + 02.1	Essen und Trinken	100	131,6	134,5	138,2	140,8	141,3	154,8
01	Essen und alkoholfreie Getränke	100	134,7	137,9	142,0	145,1	145,6	161,4
01.1.2	Fleisch	100	130,7	132,5	136,3	142,0	143,7	159,6
01.1.3	Fisch	100	165,3	171,3	182,1	184,8	182,9	202,9
01.1.7	Obst	100	192,0	204,2	199,0	211,7	204,7	223,9
01.1.8	u. a. Schokolade und Süßwaren	100	118,2	119,2	122,0	124,9	125,6	132,8

Quelle: Eigene Darstellung gemäß SCB, Statistiska centralbyrån.⁵⁵

*COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose

Trotz der beschränkten Anzahl an potenziellen Kunden und des steigenden Preisindexes gibt es in Schweden noch viel Raum für Wachstum und Innovation im Bereich Knabberartikel. Das größte Wachstum wird im Bereich der Nüsse und Samen erwartet.⁵⁶ Die Verbraucher sind ständig auf der Suche nach neuen Geschmackserlebnissen und legen gleichzeitig Wert auf gesunde Inhaltsstoffe und Nachhaltigkeit. Unternehmen, die diesen Bedürfnissen gerecht werden und gleichzeitig qualitativ hochwertige Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen anbieten können, werden in den kommenden Jahren voraussichtlich eine führende Rolle auf dem schwedischen Snackmarkt einnehmen.

4.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Der schwedische Lebensmittelmarkt erreichte im Jahr 2022 ein Umsatzvolumen von 32,28 Mrd. €. ⁵⁷ Schwedens geografische Lage im Norden führt zu einer verkürzten Vegetationsperiode, wodurch das Land verstärkt auf Lebensmittelimporte angewiesen ist. Dies betrifft auch den Bereich Snacks und Knabberartikel. So wurden im Jahr 2022 in der Produktkategorie „Zubereitete und haltbar gemachte Kartoffeln, ausgenommen solche mit Essig oder Essigsäure“, gekennzeichnet durch den HS-Code 200520, Waren im Wert von 44,31 Mio. € und einem Gewicht von über 20 Mio. kg eingeführt, wobei maßgeblich Kartoffelchips diese Kategorie repräsentieren. Die Hauptlieferanten in absteigender

⁵⁵Global data: „Sweden Savory Snacks Market Size and Trend Analysis by Categories and Segment, Distribution Channel, Packaging Formats, Market Share, Demographics, and Forecast 2021 – 2026) unter <https://www.globaldata.com/store/report/sweden-savory-snacks-market-analysis/>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

⁵⁶Global data: „Sweden Savory Snacks Market Size and Trend Analysis by Categories and Segment, Distribution Channel, Packaging Formats, Market Share, Demographics, and Forecast 2021 – 2026) unter <https://www.globaldata.com/store/report/sweden-savory-snacks-market-analysis/>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

⁵⁷Statista.com: „Food Sweden“ unter <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/sweden>, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

Reihenfolge waren die Niederlande (25,29 Mio. €), Belgien (7,62 Mio. €) und Deutschland (2,62 Mio. €).⁵⁸

Bei Knabberartikeln auf Basis von verarbeiteten Nüssen, klassifiziert unter dem HS-Code 200811 („Nüsse und Erdnüsse, optional mit zusätzlichem Zucker, anderen Süßungsmitteln oder Alkohol“), stammen die bedeutendsten Importe Schwedens im Jahr 2022 aus den Niederlanden, Dänemark, Deutschland und Belgien. Gemeinsam repräsentieren diese vier Länder 87 % des gesamten Importvolumens von über 32,01 Mio. €.⁵⁹

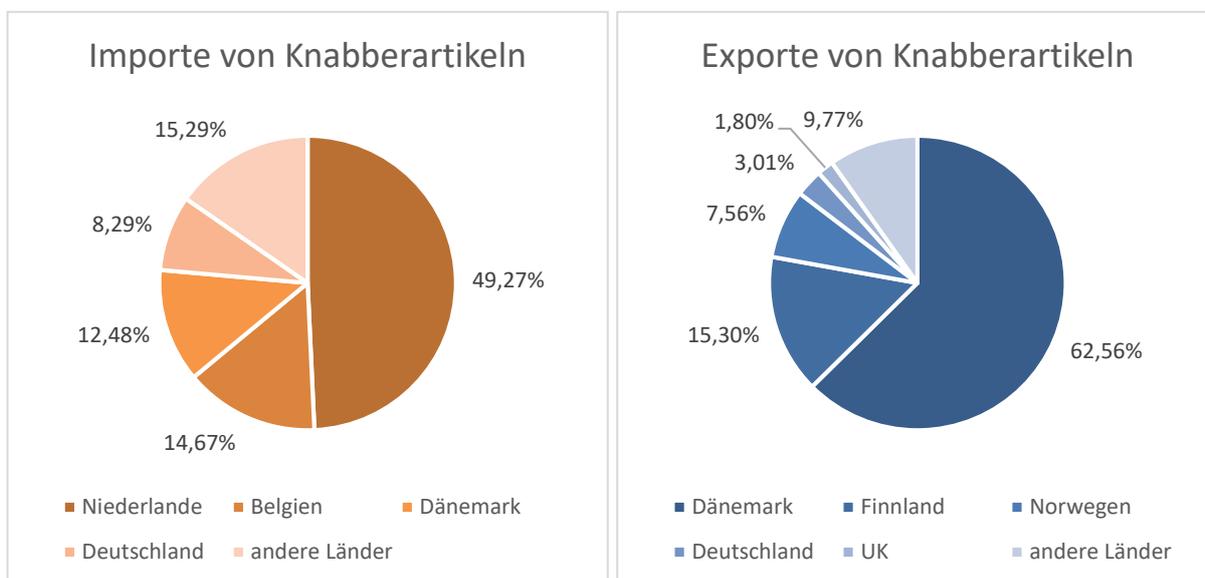


Abbildung 4: Importe & Exporte von Knabberartikeln, Schweden 2022

Quelle: Eigene Darstellung gemäß World Integrated Trade Solutions.

Gleichzeitig exportierte Schweden im Jahr 2022 Knabberartikel im Wert von 38,95 Mio. €, wobei 36,58 Mio. € auf Kartoffelprodukte⁶⁰ und 2,37 Mio. € auf Nüsse und Erdnüsse⁶¹ entfielen. Die Hauptabnehmer dieser Produkte waren Dänemark mit 24,37 Mio. €, gefolgt von Finnland mit 5,96 Mio. € und Norwegen mit 2,94 Mio. €.

Mit diesen Exporten bestätigt Schweden seine führende Position als zentraler Lieferant von Knabberartikeln für die skandinavischen Länder.

⁵⁸World Integrated Trade Solutions: „Sweden Vegetable preparations; potatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid, non frozen imports by country in 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/200520>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

⁵⁹World Integrated Trade Solutions: „Sweden Nuts; ground-nuts, whether or not containing added sugar, other sweetening matter or spirit imports by country in 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/200811>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

⁶⁰World Integrated Trade Solutions: „Sweden Vegetable preparations; potatoes, prepared or preserved otherwise than by vinegar or acetic acid, non frozen exports by country in 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/Exports/partner/ALL/product/200520>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

⁶¹World Integrated Trade Solutions: „Sweden Nuts; ground-nuts, whether or not containing added sugar, other sweetening matter or spirit exports by country 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/Exports/partner/ALL/product/200811>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

4.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller

Trotz einer Vielzahl an kleineren und mittleren Anbietern dominieren einige wenige Schlüsselakteure diesen Sektor deutlich. Zu den prominentesten Namen im Bereich der schwedischen Knabberartikel zählen OLW AB und Estrella AB. Diese etablierten Marken haben sich dank stetiger Innovationen und gezielter Marketingstrategien über Jahrzehnte hinweg eine loyale Kundenbasis erarbeitet. Ihre marktführende Position spiegelt sich nicht nur im Supermarktregal wider, sondern auch in ihren umfangreichen Werbemaßnahmen und dem Sponsoring großer Events. Parallel zu diesen Branchenriesen versuchen internationale Marken wie Lay's und Pringles, sich auf dem schwedischen Markt zu etablieren. Trotz ihrer globalen Bekanntheit stoßen sie oftmals auf Herausforderungen, insbesondere durch die Vorliebe der Schweden für traditionelle Snacks.

Allerdings hat die Marktdominanz einiger Großunternehmen nicht zu einer Marktsättigung geführt. Ganz im Gegenteil: Es floriert eine ständige Neuentwicklung von Produkten, Geschmacksrichtungen und Verpackungen, was die Innovationsfreude der Marktführer unterstreicht. Experten prognostizieren für den schwedischen Knabberartikelmarkt weiterhin ein konstantes Wachstum.⁶² Allerdings könnten innovative Produktideen und gesündere Snackalternativen die Dominanz der etablierten Hersteller infrage stellen. Besonders kleinere Unternehmen, die solche Trends frühzeitig erkennen und nutzen, dürften in Zukunft verstärkt in den Fokus rücken.

4.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

In Schweden zeigt sich ein klarer Trend hin zu gesundheitsbewusster Ernährung. Trotzdem bleiben Snackartikel ein fester Bestandteil der Essgewohnheiten. Selbst bei Kartoffelchips, die oft als ungesund gelten, geht der Trend zu gesünderen Varianten wie gebackenen Chips oder solchen mit reduziertem Fett-, Zucker- oder Salzgehalt. Dieser Gesundheitstrend und neue pflanzliche Produktinnovationen führen zu großen Umsatzsteigerungen im zweistelligen Prozentbereich.⁶³

Deutsche Hersteller, die sich durch besondere Alleinstellungsmerkmale auszeichnen, haben gute Chancen, den schwedischen Markt zu erschließen. Die schwedischen Konsumenten legen großen Wert auf Produktqualität, daher können deutsche Hersteller im Premiumsegment Absatzmöglichkeiten finden, wenn sie hohe Qualitätsstandards und innovative Produkte anbieten.

⁶² Statista.com: Süßwaren & Snacks Schweden unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/schweden#umsatz>, zuletzt aufgerufen am 01.03.2024.

⁶³ Orka.com: „Annual Report 2022“ unter https://www.orkla.com/wp-content/uploads/sites/3/2023/06/230614_Orka_Annual-Report_FINAL.pdf, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

5. Die Backwarenindustrie

5.1 Kurze Einführung in den Markt

Der schwedische Markt für „Brot- und Backwaren“ stellt einen maßgeblichen Sektor der nationalen Lebensmittelindustrie dar. Im Brotsegment wird für das Jahr 2023 ein Marktvolumen von 1,98 Mrd. €⁶⁴ erwartet, während im Bereich der „Süßwaren & Nachtische“ (dazu gehören Schokolade, Speiseeis, Kuchen und andere Back- und Zuckerwaren) ein Umsatzvolumen von 3,40 Mrd. €⁶⁵ erzielt werden soll. Circa 28 % entfallen dabei auf den Bereich „Andere Backwaren (u. a. Lebkuchen, Kuchen, Feingebäck)“. Der Konsum von Brot und Gebäck verzeichnet seit vielen Jahren einen konstanten Anstieg in Schweden, der Bereich des Feingebäcks hat sein Marktvolumen in den letzten zehn Jahren sogar fast verdoppeln können. Backartikel werden im Rahmen der schwedischen „Fika“-Kultur konsumiert. Damit ist eine traditionelle Pause gemeint, die die Schweden während des Tages einlegen, um sich bei einer Tasse Kaffee und einem Gebäckstück zu entspannen und soziale Kontakte zu pflegen. Exemplarisch hervorzuheben ist dabei der 4. Oktober, der schwedische Zimtschneckentag („*Kanelbullens Dag*“). Etwa 60 % der Schweden feiern diesen Tag, indem sie mindestens eine Zimtschnecke essen. Das bedeutet, dass doppelt so viele Menschen den Zimtschneckentag feiern wie den schwedischen Nationalfeiertag und zeigt, welche wichtige Stellung die Backwarenindustrie in der schwedischen Kultur einnimmt.⁶⁶ Die in der folgenden Grafik dargestellten Prognosen lassen für den Zeitraum von 2024 – 2028 ein kontinuierliches Wachstum der Backwarenbranche von 4,51 % jährlich erwarten.⁶⁷

⁶⁴Statista.com: „Brot - Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/brot-getreideprodukte/brot/schweden>, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

⁶⁵Statista.com: „Süßwaren & Nachtische - Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/suesswaren-nachtische/schweden>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

⁶⁶Bageri.se: „Kanelbullen är mer svensk än nationaldagen“ unter <https://www.bageri.se/press/pressmeddelanden/2023/kanelbullen-ar-mer-svensk-an-nationaldagen/>, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

⁶⁷Statista.com: „Süßwaren & Nachtische - Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/suesswaren-nachtische/schweden>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

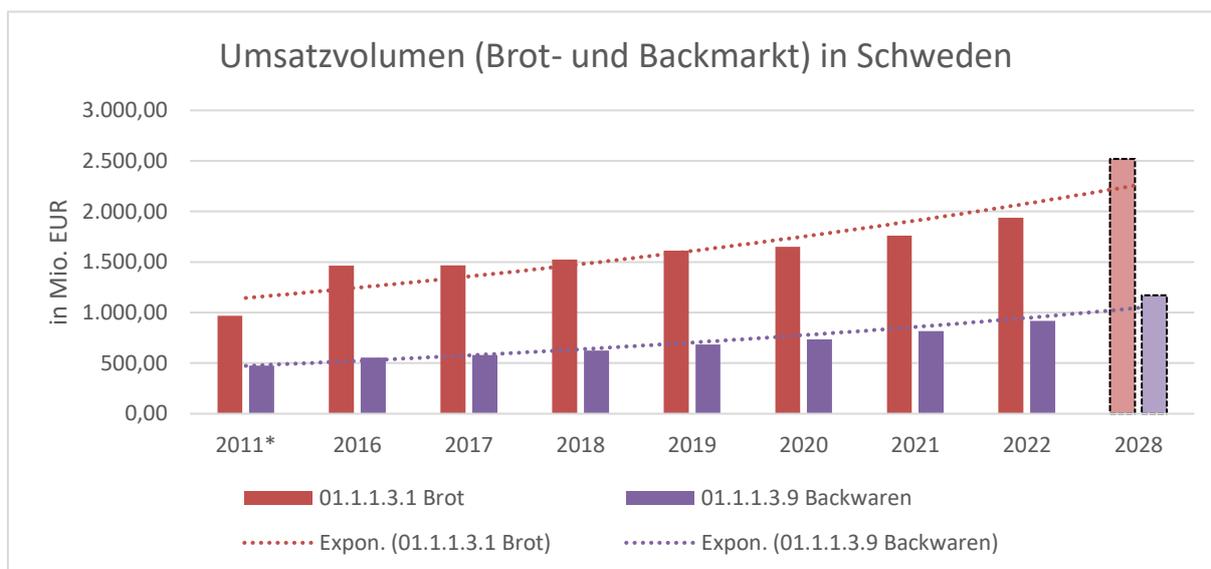


Abbildung 5: Umsatzvolumen des Brot- und Backmarktes in Schweden

Quelle: Eigene Darstellung gemäß SCB-Umsatzerwartung 2023 für Brot⁶⁸ und Feingebäck⁶⁹ sowie Umsatzstatistik der Jahre 2011-2022.⁷⁰
 Facharbeit der Lund Universität „Konkurrera med bröd – Att äta eller ätas?“ (2011).⁷¹

Innerhalb der schwedischen Lebensmittelbranche nimmt der Bäckereisektor eine prominente Position ein. Er umfasst den überwiegenden Anteil der Unternehmen und stellt den Hauptteil der Arbeitskräfte in diesem Sektor. Tatsächlich sind annähernd 50 % aller Lebensmittelunternehmen in der Bäckerei- und Süßwarenbranche tätig. Laut dem Branchenverband „Sveriges bagare & konditorer“ ist jeder zweite Arbeitsplatz der schwedischen Lebensmittelproduktion eine Bäckerei oder Konditorei. Insgesamt arbeiten 33.000 Menschen in Bäckereien oder Konditoreien. Das entspricht rund 15.000 Vollzeitstellen.⁷²

Die schwedische Backkultur zeichnet sich durch ihre Vielfalt und Reife aus. Aktuelle Trends zeigen, dass schwedische Verbraucher vermehrt Wert auf die Qualität der Inhaltsstoffe legen und Backwaren bevorzugen, die ohne Zusatzstoffe und frisch zubereitet sind. Als Konsequenz erlebte das Land in den letzten Jahren einen Anstieg an handwerklichen Bäckereibetrieben. Obwohl Hyper- und Supermärkte den Backwarenvertrieb in Schweden mehrheitlich kontrollieren, konnten traditionelle Bäckereien einen steigenden Umsatz

⁶⁸Statista.com: „Brot - Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/brot-getreideprodukte/brot/schweden>, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

⁶⁹Statista.com: „Süßwaren & Nachtische – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/suesswaren-nachtische/schweden>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

⁷⁰Statistics Sweden (SCB): „Försäljning (inkl moms) av livsmedel och drycker inom handeln efter varugrupp (enligt COICOP). År 2016 – 2022“ unter https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START_HA_HA0103_HA0103A/LivsN/table/tableViewLayout1/, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

⁷¹Statista.com: „Süßwaren & Nachtische – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/suesswaren-nachtische/schweden>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

⁷²Bageri.se: „Beskrivning av bageribranschen“ unter <https://www.bageri.se/om-oss/kort-om-branschen/>, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

generieren.⁷³ Lediglich die Jahre der Coronapandemie und die zuletzt gestiegenen Energiekosten begründeten eine temporär rückläufige Entwicklung in der Branche, die deutlich in der unten stehenden Abbildung ersichtlich ist.

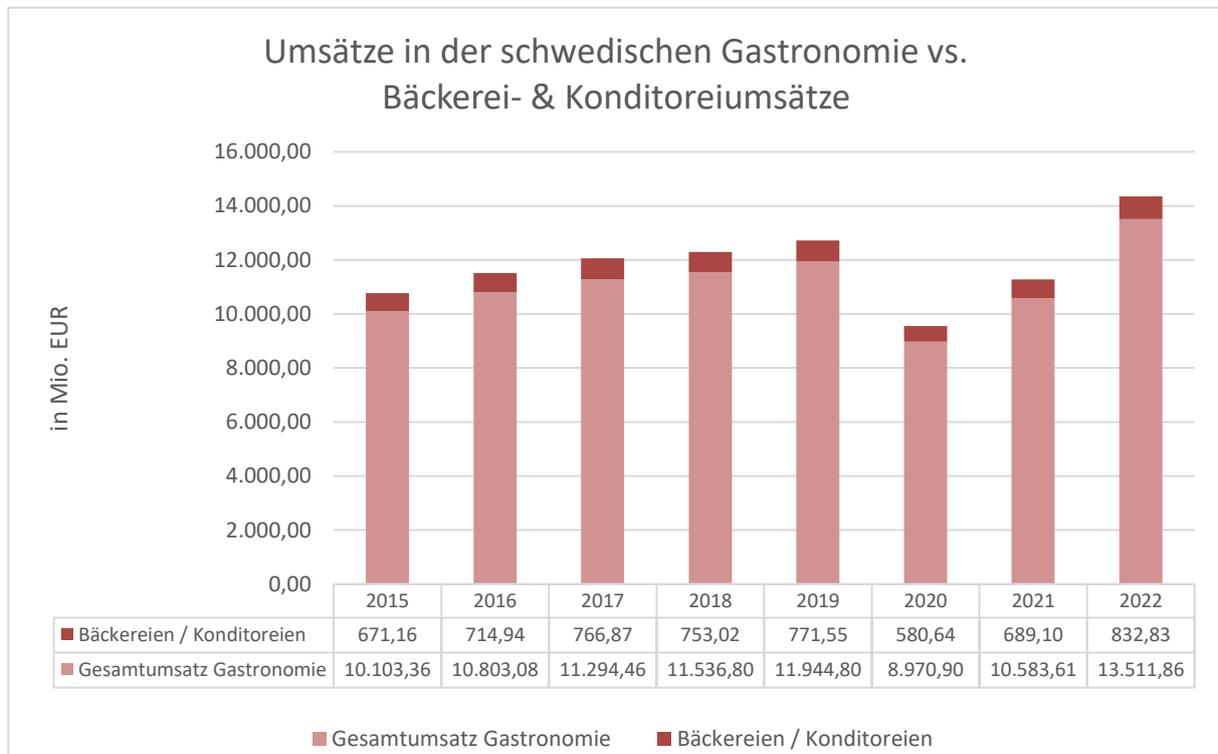


Abbildung 6: Umsätze der schwedischen Gastronomie vs. Bäckerei- & Konditoreiumsätze

Quelle: Eigene Darstellung gemäß SCB Statistikmyndigheten.⁷⁴

Der wachsende Gesundheitstrend stellt einige der großen Bäckereiunternehmen vor Herausforderungen, so auch den Bäckereigiganten Fazer Bakery, der gleichzeitig das zweitgrößte Bäckereiunternehmen auf dem schwedischen Markt ist. Das marktführende Unternehmen in Schweden ist Pågen AB.

5.2 Überblick über die lokale Produktion

Laut dem Verband „Sveriges bagare & konditorer“ sind in Schweden etwa 1.000 Betriebe in der Backwarenbranche aktiv. Der Markt wird deutlich von handwerklichen Betrieben dominiert, was sich darin zeigt, dass rund 75 % der Unternehmen einen Jahresumsatz von unter 850.000 € erzielen. Lediglich 5 % der Betriebe verzeichnen einen Umsatz von über 8,5 Mio. €. ⁷⁵

⁷³Bundesamt für Landwirtschaft und Ernährung: „Der Markt für Lebensmittel in Schweden“ unter https://www.agrarentwicklung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Laenderberichte2020/Marktstudie_Schweden_LM_ENDFASSUNG.pdf, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

⁷⁴Sweden Statistics (SCB): „I stort sett oförändrad restaurangförsäljning fjärde kvarlet 2022“, unter <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/handel-med-varor-och-tjanster/inrikeshandel/omsattning-inom-tjanstesektorn/pong/statistiknyhet/restaurangindex-fjarde-kvarlet-2022/>, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

⁷⁵Bageri.se: „Beskrivning av bageribranschen“ unter <https://www.bageri.se/om-oss/kort-om-branschen/>, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

Unter den großen Bäckereiunternehmen in Schweden, deren Zahl sich auf etwa ein halbes Dutzend beläuft, sind besonders der Marktführer Pågen AB und die hierauf folgende Fazer Bakery hervorzuheben. Eine intensive Wettbewerbsdynamik prägt die Branche, beeinflusst durch Preiswettbewerb, steigende Backwarenimporte und sich wandelnde Verbrauchergewohnheiten in Schweden. Kosteneffizienz und fortschrittliche Automatisierung sind essenziell, um im Sektor erfolgreich zu sein und Wachstumspotenziale zu realisieren.

Zu weiteren Akteuren auf dem schwedischen Brotmarkt gehören die Polarbröd AB, Lantmännen Unibake und Fria Bröd. Besonders letztgenanntes Unternehmen hat sich den Kundenwünschen angepasst und bietet ein breites Sortiment an glutenfreien Produkten an. Während Polarbröd AB ein vielfältiges Brotsortiment anbietet, verkaufen Lantmännen Unibake und Fria Bröd ihre Produkte auch als tiefgekühlte Aufbackware für den Verzehr zuhause und bieten sowohl Brot- als auch süße Gebäckstücke an.

5.3 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

Pågen AB ist ein renommiertes Familienunternehmen aus Schweden, das sich von einem kleinen Handwerksbetrieb zu einem der führenden Backwarenhersteller in Skandinavien entwickelt hat. Mit einem vielfältigen Sortiment, das von traditionellen schwedischen Broten und Gebäcken bis hin zu internationalen Spezialitäten reicht, ist es besonders für seine „Pågen Giffjar“ bekannt – kleine Zimtschnecken in diversen Ausführungen. Der zentrale Firmensitz mit Produktion hat über die Jahre hinweg stets seinen Platz in Malmö behauptet. Eine weitere Produktionsstätte befindet sich in Göteborg.⁷⁶ Das Unternehmen beschäftigte 720 Mitarbeiter und generierte 2022 einen Umsatz von 357 Mio. € über den Verkauf von Brot- und Backwarenartikeln.⁷⁷

Fazer Bakery AB, ein Tochterunternehmen des finnischen Lebensmittelproduzenten Karl Fazer AB, hat seinen Sitz in Stockholm und produziert ein breites Sortiment an Brot- und Gebäckartikeln für den skandinavischen Markt. Das Unternehmen beschäftigte im Jahr 2022 388 Mitarbeiter und erzielte einen Umsatz von 107 Mio. € auf dem schwedischen Brot- und Backwarenmarkt.⁷⁸ Der Konzern, dessen Erfolg ursprünglich auf der Schokoladenproduktion fußt, generierte im Jahr 2022 weltweit einen Umsatz von 1,12 Mrd. €. 432 Mio. € entfielen auf die Brot- und Backwarenartikel.⁷⁹

⁷⁶Pagen.com: „Bakers in five generations“ unter <https://pagen.com/about-pagen/>, zuletzt aufgerufen am 13.11.2023.

⁷⁷Vainu.io: „Pågen Aktiebolag“ unter <https://vainu.io/company/pagen-aktiebolag-omsattning-och-nyckeltal/1180744/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023.

⁷⁸Vainu.io: „Fazer Bageri AB“ unter <https://vainu.io/company/fazer-bageri-ab-omsattning-och-nyckeltal/1521188/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 06.11.2023.

⁷⁹Fazer.fi: „Financial Review 2022“ <https://www.fazer.fi/globalassets/fazer-group/pdfs/financial-review-2022.pdf>, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

Lantmännen Unibake als Teil des global operierenden Konzerns Lantmännen Group mit schwedischem Ursprung produziert seine breite Produktpalette an drei Standorten (Örebro, Mantorp und Huddinge) in Schweden. Das Unternehmen beschäftigt circa 308 Mitarbeiter und generierte im Jahr 2022 einen Umsatz von 171 Mio. €. ⁸⁰ Der Erfolg, der sich mit einem weltweit eingefahrenen Konzernumsatzes i. d. H. von 1,9 Mrd. € beziffern lässt, basiert auf diversen tiefgefrorenen Brot- und Backartikeln

Polarbröd AB und Fria Bröd, als weitere Marktteilnehmer, generierten im Jahr 2022 zusammen einen Umsatz von 87,8 Mio. €. Polarbröd AB ist ein schwedisches Familienunternehmen mit einer hundertjährigen Tradition in der nordschwedischen Brotkultur und besitzt drei Produktionsstätten in Älvsbyn (Firmensitz), Bredbyn und Nordingrå und beschäftigt insgesamt 328 Mitarbeiter. ⁸¹ Fria Bröd ist eine preisgekrönte glutenfreie Bäckerei in Familienbesitz mit Sitz in Landvetter. Das Unternehmen beschäftigt 60 Mitarbeiter. ⁸²

5.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Das Marktvolumen für Backwarenartikel, eine Unterkategorie der „Süßwaren und Nachtische“, wird in Schweden im Jahr 2023 voraussichtlich etwa 952 Mio. € betragen. ⁸³ Seit 2011 hat sich dieser Markt nahezu verdoppelt und es wird ein anhaltend kräftiges Wachstum erwartet. Die Preisgestaltung im schwedischen Brot- und Backwarenmarkt ist von verschiedenen Einflussgrößen bestimmt, wobei insbesondere der Import essenzieller Rohstoffe wie Getreide maßgeblich ist. Zwischen 2000 und 2019 spiegelte die Preisentwicklung weitgehend die allgemeinen Markttrends wider und war von moderaten Anstiegen gekennzeichnet. Doch globale Krisen, beispielsweise der Konflikt in der Ukraine, der den dortigen Getreideexport erschwerte, sowie energiepolitische Herausforderungen führten im Jahr 2022 zu einem markanten Preissprung. Die Lage auf dem Brot- und Backwarenmarkt stabilisierte sich im Laufe des Jahres 2023 und zeigt erste Reaktionen in Form von Preissenkungen. ⁸⁴

⁸⁰Vainu.io: „Lantmännen Unibake Sweden AB“ unter <https://vainu.io/company/lantmannen-unibake-sweden-ab-omsattning-och-nyckeltal/1227017/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023

⁸¹Vainu.io: „Polarbröd Aktiebolag“ unter <https://vainu.io/company/polarbrod-aktiebolag-omsattning-och-nyckeltal/1555278/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

⁸²Vainu.io: „FRIA Bröd AB“ unter <https://vainu.io/company/fria-brod-ab-omsattning-och-nyckeltal/1414905/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

⁸³Statista.com: „Süßwaren & Snacks – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/suesswaren-nachtische/schweden>, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023.

⁸⁴Matpriskollen: „September: Minskade priser på bröd och ökade priser på EMV“ unter <https://matpriskollen.se/2023/10/september-minskade-priser-pa-brod-och-okade-priser-pa-emv/>, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

Tabelle 3: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel, Brot und andere Getreideerzeugnisse, 2017 – 2022 (2000 = 100)

COICOP*	Produktgruppe	2000	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01 + 02.1	Essen und Trinken	100	131,6	134,5	138,2	140,8	141,3	154,8
01	Essen und alkoholfreie Getränke	100	134,7	137,9	142,0	145,1	145,6	161,4
01.1.1	Brot und andere Getreideerzeugnisse	100	127,7	129,2	135,3	137,0	138,6	155,3

Quelle: Eigene Darstellung gemäß SCB, Statistiska centralbyrån.⁸⁵

*COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose

Bei Betrachtung der Marktentwicklung der nächsten Jahre scheint die Unsicherheit in den Rohstoff- und Energiemärkten bestehen zu bleiben, was zu einer Volatilität bei den Preisen für Rohstoffe, Verpackungsmaterialien und Energie führen dürfte. Parallel dazu nimmt die Kaufkraft der Verbraucher ab, wodurch eine erhöhte Preissensibilität entsteht. Trotz dieser ökonomischen Unwägbarkeiten prognostizieren viele Experten, dass Brot und Gebäck als erschwingliche Genussmittel nach wie vor geschätzt werden.⁸⁶

Die heutigen Konsumenten legen Wert auf gesunde Ernährung, die sowohl das physische als auch mentale Wohlbefinden fördert. In einer hektischen und wettbewerbsorientierten Welt wächst das Bedürfnis nach Nahrungsmitteln, die die mentale Leistungsfähigkeit stärken und beim Umgang mit Stress unterstützen. Nicht zu vernachlässigen ist auch der regionale Aspekt, der in unsicheren Zeiten für Versorgungskontinuität steht. Firmen, die diese Anforderungen erfüllen und zugleich qualitativ hochwertige Produkte zu konkurrenzfähigen Konditionen offerieren, dürften in den anstehenden Jahren auf dem schwedischen Brot- und Backwarenmarkt dominieren.

5.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Im Jahr 2022 verzeichnete der schwedische Lebensmittelmarkt 32,28 Mrd. € Umsatz.⁸⁷

Schwedens nördliche Lage und die damit einhergehende kurze Vegetationsperiode machen das Land in hohem Maße von Lebensmittelimporten abhängig. Gerade im Segment der Brot- und Backartikel sind Rohstoffe wie Getreide von essenzieller Bedeutung. Hinzu kommen die steigenden Importe von Fertigprodukten globaler Anbieter, die einen stetig wachsenden Anteil des schwedischen Lebensmittelkonsums ausmachen. Vor diesem Hintergrund verabschiedete die schwedische Regierung im Jahr 2017 eine Lebensmittelstrategie mit dem

⁸⁵Statistics Sweden (SCB): „Livsmedelsförsäljningsstatistik 2022“, unter

https://www.scb.se/contentassets/b740ba3dc087454099bd19ef9f033df4/ha0103_2022a01_sm_haftbr2201.pdf, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

⁸⁶Bakelssweden.se: „Nyckeltrender för bageribranschen 2023“ unter <https://www.bakelssweden.se/insights/nyckeltrender-for-bageribranschen-2023/>, zuletzt aufgerufen am 13.11.2023.

⁸⁷Statista.com: „Food -Schweden“ unter <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/sweden>, zuletzt aufgerufen am 03.11.2023.

Ziel, die schwedische Lebensmittelbranche bis 2030 global wettbewerbsfähig, innovativ und nachhaltig zu gestalten.⁸⁸

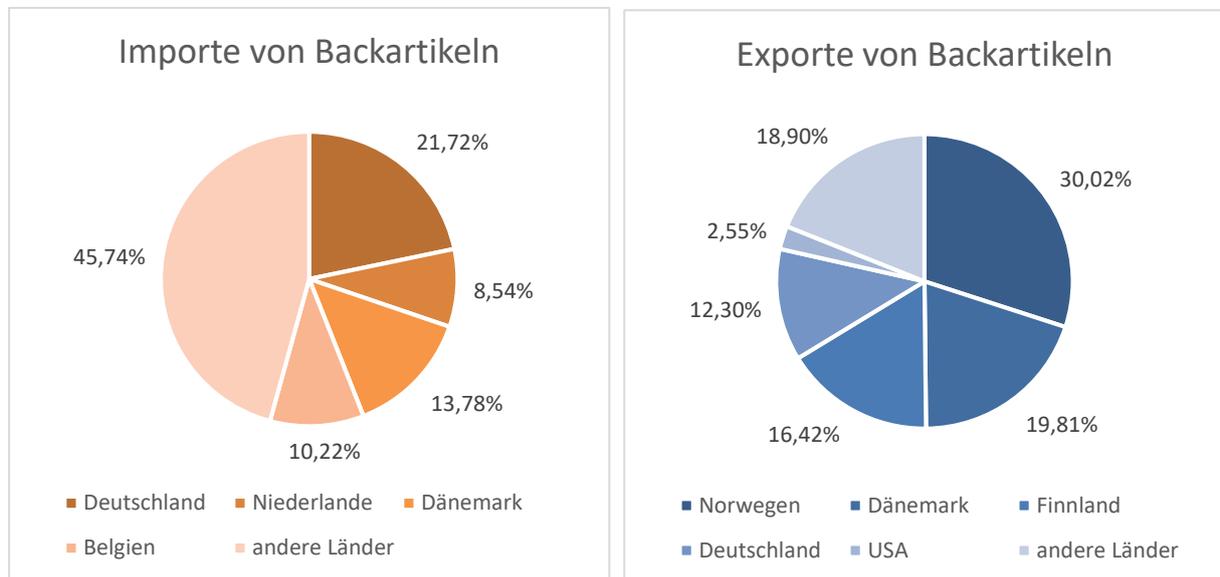


Abbildung 7: Importe & Exporte von Backartikeln, Schweden 2022

Quelle: Eigene Darstellung gemäß World Integrated Trade Solutions.

Im Bereich der Backwaren wurden im Jahr 2022 in den Produktkategorien „Lebensmittelzubereitungen, Lebkuchen und dergleichen, auch kakaohaltig“, gekennzeichnet durch die HS-Codes 190520, 190530 („Zubereitungen von Lebensmitteln; Kekse, Waffeln und Oblaten, süß, auch kakaohaltig“) und 190590 („Lebensmittelzubereitungen; Backwaren, (...)“) Waren im Wert von 446,08 Mio. € eingeführt. Die Hauptlieferanten in diesen Kategorien waren, in absteigender Reihenfolge, Deutschland (96,88 Mio. €), Dänemark (61,48 Mio. €), Belgien (45,58 Mio. €) und die Niederlande (38,08 Mio. €).⁸⁹

Schweden exportierte parallel dazu Backartikel im Wert von 463 Mio. €. Die Hauptabnehmer dieser Produkte waren die skandinavischen Länder Norwegen mit 133,92 Mio. €, Finnland mit 88,38 Mio. € und Dänemark mit 73,25 Mio. €, aber auch nach Deutschland (54,85 Mio. €) und in die USA (11,37 Mio. €) wurden Produkte ausgeliefert.⁹⁰

⁸⁸Swedenfoodarena.se: „Innovations- och forskningsagenda för livsmedelssektorn 2020“ unter https://swedenfoodarena.se/wp-content/uploads/Sweden-Food-Arena_innovations-och-forskningsagenda_digital_slutlig.pdf?trk=public_post_comment-text, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

⁸⁹World Integrated Trade Solutions: „Sweden Food preparations; gingerbread and the like, whether or not containing coca imports by country 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/190520>, zuletzt aufgerufen am 07.11.2023.

⁹⁰World Integrated Trade Solutions: „Sweden Food preparations; gingerbread and the like, whether or not containing coca exports by country 2022“ unter https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/Exports/partner/ALL/product/190520_und_190530_und_190590, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

5.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller

Trotz einer Fülle an kleineren Bäckereien und Konditoreien sind es einige wenige Hauptakteure, die den Ton angeben. Zu den führenden Marken im schwedischen Segment für Brot und Backwaren zählen Pågen AB und Fazer Bakery. Doch selbst diese Branchengrößen sehen sich mit herausfordernden Marktbedingungen konfrontiert. Faktoren wie das veränderte Verbraucherverhalten, der Trend zu gesünderen Produktinnovationen und insbesondere die steigenden Energiekosten setzen sie unter Druck. In Bezug auf den Aspekt der Energiekosten hebt sich einer der lokalen Marktplayer, Polarbröd, jedoch deutlich ab: Das Unternehmen hatte frühzeitig die Weitsicht, in nachhaltige Windenergie zu investieren und kann seine Produktion somit eigenständig versorgen.⁹¹

Neben den etablierten Branchenführern streben internationale Bäckereimarken danach, sich mit ihren Aufbackwaren auf dem schwedischen Markt zu etablieren, wobei das importierte Volumen hoch ist. Trotz der aktuellen ökonomischen Herausforderungen sind Branchenexperten überzeugt, dass der schwedische Markt für Backwaren weiterhin solide Wachstumschancen bietet. Viele sind der Ansicht, dass Brot und Gebäck als erschwingliche Genussmittel, insbesondere in wirtschaftlich unsicheren Zeiten, an Beliebtheit gewinnen. In solchen Phasen tendieren Verbraucher dazu, bei größeren Ausgaben wie Urlauben zu sparen, als auf den alltäglichen Genuss von Backwaren zu verzichten. Gleichzeitig könnte der Markt durch innovative Backkonzepte und gesündere Produktalternativen beeinflusst werden. Insbesondere kleinere Unternehmen, die solche Trends frühzeitig erkennen, umsetzen und dabei wettbewerbsfähige Preise bieten, könnten in naher Zukunft verstärkt im Fokus stehen.

5.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Deutsche Backwarenhersteller beherrschen den schwedischen Importmarkt und verzeichneten von 2017 – 2022 einen Anstieg von 33,80 %. Backartikel machen dabei etwa 12 % des Gesamtimportvolumens aus.⁹² In Schweden wächst das Interesse an gesunder Ernährung, begleitet von Bemühungen, die heimische Lebensmittelproduktion zu stärken. Der Erfolg deutscher Unternehmen hängt von einem ausgewogenen Preis-Qualitäts-Verhältnis und der Anpassung an die Vorlieben der schwedischen Verbraucher ab. Nachhaltigkeitsinitiativen und umweltfreundliche Methoden können zudem das Vertrauen der schwedischen Konsumenten stärken.

⁹¹TAZ.de: „Vorbild Polarbröd“ unter <https://taz.de/Nachhaltiges-Backen-in-Schweden/15877830/>, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

⁹²Leg-thueringen.de: „Potentialstudie Ernährungswirtschaft in Thüringen“ unter https://www.leg-thueringen.de/fileadmin/user_upload/leg_portal/downloads/publikationen/thueringer_clustermanagement/potentialstudie_ernaehrungswirtschaft_in_thueringen.pdf, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

6. Die Cerealienindustrie

6.1 Kurze Einführung in den Markt

Der schwedische Markt für „Frühstückscerealien und Müsli“ hat in der Post-Corona-Pandemie-Phase stetig zugenommen und wird im Jahr 2023 ein Umsatzvolumen von 0,35 Mrd. € erreichen. Prognosen sagen, dass sich dieser Trend mit einem konstanten jährlichen Wachstum von 4,20 % bis in das Jahr 2028 fortsetzen wird.⁹³ Im Bereich Frühstückscerealien und Müsli wird für das Jahr 2023 ein Pro-Kopf-Verbrauch von etwa 6,09 kg erwartet, wodurch diese Produktgruppe zu einer der mengenmäßig führenden in der Kategorie der Süßwaren avancieren wird.

Das Segment der Frühstückscerealien und Müslis beinhaltet eine Vielfalt an verarbeiteten Nahrungsmitteln, die üblicherweise aus Getreide wie Weizen, Mais oder Hafer hergestellt werden. Diese Grundzutaten werden häufig mit Zucker, diversen Gewürzen und weiteren Zutaten verfeinert, um eine aromatische Mahlzeit zu kreieren. Sie können sowohl kalt als auch warm in Kombination mit Joghurt oder Milch genossen werden. In Schweden nehmen Produkte wie Haferflocken und Müsli, oft aus heimischem Anbau, eine zentrale Stellung auf dem Frühstückstisch ein. Sie sind ein wesentlicher Bestandteil der schwedischen Esskultur und finden ihre Wurzeln in traditionellen Gerichten wie Knäckebrötchen und Haferbrei. Diese sind fest in der schwedischen Esskultur verankert. Das schwedische Frühstück („*Frukost*“) wird als die bedeutendste Mahlzeit des Tages angesehen und zeichnet sich durch einen hohen Anteil an Getreideprodukten aus. Besonders hervorzuheben sind der Haferbrei „*Havregrynsgröt*“ – eine lokale Variante des Porridges – und Müsli, die häufig mit „*Filmjolk*“ serviert werden, einer traditionellen schwedischen Dickmilch mit einer charakteristisch säuerlichen Note. Dieses nahrhafte Frühstück wird oft durch Knäckebrötchen, belegt mit Käse oder Wurst, ergänzt. Abgerundet wird die Mahlzeit mit einem gekochten Ei und Kaviarcreme sowie eingelegtem Hering.⁹⁴

Der schwedische Markt für Getreideprodukte erfährt durch den Import von Fertigerzeugnissen eine große Bereicherung. Eine wachsende Auswahl an ausländischen Produkten bringt globale Geschmacksrichtungen und Ernährungstrends nach Schweden, insbesondere in städtischen Gebieten. Hier zeigt sich ein deutlicher Trend hin zu exotischen und besonderen Körnern wie Quinoa und Amaranth. Experimente zur Anpassung dieser Pflanzen an das nordische Klima, wie sie etwa Lantmännern Cerealia auf seinen Feldern

⁹³Statista.com: „Frühstückscerealien & Müsli – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/brot-getreideprodukte/fruehstueckscerealien-muesli/schweden>, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

⁹⁴Schweden-tipp.de: „Frühstück in Schweden“ unter <https://schweden-tipp.de/fruehstueck-schweden/>, zuletzt aufgerufen am 30.11.2023.

durchführt, fördern die Marktvielfalt.⁹⁵ Diese Fortschritte festigen Schwedens Position als einen zunehmend lukrativen Markt für internationale Getreideexporte.

Im schwedischen Einzelhandel, der den Hauptvertriebskanal für die Verbraucher darstellt, werden Müsliarten in unterschiedlichen Mischungen und Geschmacksrichtungen angeboten: Klassisches Müsli, Vollkornvarianten, Früchte- und Nusscerealien, Cornflakes sowie proteinreiche und Bioprodukte bilden das Kernsortiment. Die Auswahl erweitern Frühstücksbreie, Porridges und Haferflocken sowie Ready-to-eat-Cerealien.

6.2 Überblick über die lokale Produktion

In Schweden, das zu den größten Ländern Europas gehört, sind nur etwa 2,7 Mio. Hektar für die Landwirtschaft nutzbar, was rund 6,50 % der gesamten Landfläche ausmacht. Die landwirtschaftliche Nutzung konzentriert sich hauptsächlich auf den fruchtbareren und klimatisch begünstigten Süden des Landes. Die Getreideproduktion stellt mit einem Anteil von 18 % an der Gesamtproduktion der Landwirtschaft einen wesentlichen Sektor dar.⁹⁶ Für das Jahr 2023 wird eine unter dem Vorjahr liegende Erntemenge erwartet; 2022 konnten 5,8 Mio. t Getreide gedroschen werden.⁹⁷ Die Produktion von Getreideerzeugnissen, unter die auch Cerealien fallen, wird in Schweden von zwei namhaften Unternehmen dominiert: Fazer Sverige AB und Lantmännen Cereal als Tochterunternehmen der Lantmännen Group.

Fazer Sverige AB, ein Tochterunternehmen des norwegischen Lebensmittelproduzenten Karl Fazer AB, gliedert sein Geschäft in drei Teilbereiche: Fazer Bakery (u. a. Brot- und Backwaren), Fazer Confectionary (Schokoladen- und Süßwaren) und Fazer Lifestyle Foods. Unter die letzte Kategorie fällt eine Vielzahl an pflanzlichen Produkten wie Haferdrinks, Frühstücksprodukte und Smoothies. Zudem wird kontinuierlich nach gesünderen und nachhaltigeren Produktinnovationen geforscht.

Lantmännen Group, eine schwedische Agrarkooperative mit über hundertjähriger Tradition, zählt zu den führenden Unternehmen in der nordischen Lebensmittelbranche. Gegründet und geführt von Landwirten verpflichtet sie sich zu einer lückenlosen Versorgungskette – vom Acker bis zum Esstisch. Als wesentlicher Pfeiler der schwedischen Landwirtschaft umfasst Lantmännen Group drei Geschäftsbereiche: Lantmännen Cerealia für Getreide- und Frühstücksprodukte, Lantmännen Unibake für Backwaren und Lantmännen Functional Foods für funktionelle Nahrungsmittel und Nahrungsergänzungsmittel.

⁹⁵Lantmannen.com: „Grodden“ unter https://www.lantmannen.com/siteassets/documents/04-vara-agare/grodden/grodden-2017/grod_5-6_low.pdf, zuletzt aufgerufen 30.11.2023.

⁹⁶Bundesamt für Landwirtschaft und Ernährung: „Der Markt für Lebensmittel in Schweden“ unter https://www.agrarentwicklung.de/fileadmin/SITE_MASTER/content/files/Laenderberichte2020/Marktstudie_Schweden_LM_ENDFASSUNG.pdf, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

⁹⁷Jordbruksverket (schwedische Landwirtschaftsbehörde), „Skörd av spannmål, trindsäd, oljeväxter, potatis och slättervall 2022. Slutlig statistik“ unter <https://jordbruksverket.se/om-jordbruksverket/jordbruksverkets-officiella-statistik/jordbruksverkets-statistikrapporter/statistik/2023-04-21-skord-av-spannmal-trindsad-oljevaxter-potatis-och-slattervall-2022-slutlig-statistik>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

Zusätzlich existieren kleinere regionale Betriebe, darunter beispielsweise Saltå Kvarn AB, die sich auf die Produktion von biologischen Frühstückscerealien spezialisiert haben.

6.3 Porträts der einzelnen lokalen Hersteller

Der Sektor für Cerealien in Schweden wird von Produkten einheimischer und internationaler Hersteller dominiert. Die zwei bekanntesten Unternehmen in Schweden sind, wie bereits genannt, Fazer Lifestyle Foods und Lantmännen Cerealia AB.

Fazer Lifestyle Foods hat sich seit der Gründung im Jahr 2017 das Ziel gesetzt, zu den führenden Anbietern pflanzlicher Nahrungsmittel in Nordeuropa aufzusteigen.⁹⁸ Neben Porridge, Müsli und Cerealien, die unter den Marken Fazer Alku und Frebaco Kvarn angeboten werden, erweitert das Unternehmen sein Sortiment um gesunde, pflanzenbasierte Snacks, Getränke und Smoothies. Die Herstellung erfolgt in Lidköping, Schweden, und in Lahti, Finnland, wobei Fazer Lifestyle Foods seine Reichweite auf andere skandinavische Länder ausdehnt. Weitere Produktionsstätten für die pflanzlichen Produkte befinden sich in Tingsryd, Südschweden, und Korja, Südostfinland.⁹⁹ Im Jahr 2022 verzeichnete das Unternehmen einen Umsatz von 141,14 Mio. €, was einem Wachstum von 44 % gegenüber dem Vorjahr entspricht, wovon 17 % auf organisches Wachstum zurückzuführen sind.¹⁰⁰ In die Jahresbilanz fließen allerdings auch die Umsätze des stark wachsenden Sortiments an pflanzlichen Produkten wie Snacks und Smoothies mit ein. Ende 2022 waren 338 Mitarbeiter in Schweden beschäftigt.¹⁰¹

Lantmännen Cerealia AB, als Teil der schwedischen Lantmännen Group, ist führend in der Entwicklung, Produktion und im Vertrieb getreidebasierter Produkte. Ihr breites Sortiment umfasst neben Mehl auch vielfältige Frühstückscerealien wie Müslis und Porridges, zudem Nudeln, Pfannkuchmischungen und Knäckebrot. Darüber hinaus bietet das Unternehmen ein vegetarisches Sortiment, das Hülsenfrüchte, Samen und Gemüseprodukte einschließt, ebenso wie ein Tiefkühlsortiment und Fertigmahlzeiten. Die Herstellung erfolgt an mehreren Standorten in Skandinavien und Osteuropa, insbesondere in Järna, Järvsö und Laholm in Schweden. Die Sparte der Frühstückscerealien zeichnet sich durch bekannte Marken wie START!, AXA und Kungsörnen aus, die für eine Vielzahl an Müslis, Porridges und anderen Getreideprodukten stehen. Lantmännen Cerealia AB ist auch für ihre nachhaltigen und gesunden Lebensmittellinien wie GoGreen bekannt, die sich auf ökologisch produzierte Produkte fokussieren. Das internationale Exportgeschäft von Lantmännen Cerealia AB

⁹⁸Fazer.fi: „2022 Arsredovisning“ unter <https://www.fazer.fi/globalassets/fazer-group/pdfs/arsredovisning-2022.pdf>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

⁹⁹Fazergroup.com: „Fazer Lifestyle Foods“ unter <https://www.fazergroup.com/this-is-fazer/our-businesses/fazer-lifestyle-foods/>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

¹⁰⁰Fazer.fi: „Financial review 2022“ <https://www.fazer.fi/globalassets/fazer-group/pdfs/financial-review-2022.pdf>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

¹⁰¹Vainu.io: „Fazer Sweden AB“ unter <https://vainu.io/company/fazer-sweden-ab-omsattning-och-nyckeltal/1530379/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

erstreckt sich auf etwa dreißig Länder, wobei der Schwerpunkt auf dem Export von Knäckebrot- und Haferprodukten liegt.¹⁰² Die Lantmännen-Cerealia-Gruppe generierte im Jahr 2022 in Schweden einen Umsatz von 227,83 Mio. € und hatte 527 Angestellte. Es ist anzumerken, dass dieser Umsatz nicht ausschließlich durch Frühstückscerealien erzielt wurde, sondern auch durch eine Vielzahl anderer Produktkategorien innerhalb des Sortiments.¹⁰³

Die starke lokale Präsenz in Schweden wird durch das Portfolio internationaler Frühstückscerealien-Marken von global agierenden Unternehmen wie PepsiCo, Kellogg's und Nestlé ergänzt, deren Produkte ebenso auf dem schwedischen Markt verfügbar sind.

6.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Der Markt für „Frühstückscerealien und Müsli“ in Schweden wird im Jahr 2023 ein geschätztes Volumen von rund 350 Mio. € erreichen.¹⁰⁴ Haferbasierte Produkte und gesündere Cerealienvarianten zeichnen sich zunehmend durch Merkmale wie den Verzicht auf Zuckerzusatz und Bio-Qualität aus und erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Verbraucher tendieren immer stärker zu lokalen, zuckerarmen und glutenfreien Erzeugnissen. Innovative Start-ups entwickeln originelle Rezepte und nachhaltige Verpackungslösungen. Als Beleg für die Vielseitigkeit und den globalen Erfolg von Hafer kann die schwedische Marke Oatly dienen, die zwar keine Frühstückscerealien aber eine Hafermilch anbietet.

Die jüngsten weltweiten Krisen, insbesondere der Konflikt in der Ukraine, haben zu einer Verknappung von Getreide geführt, was die Preisentwicklung auf dem schwedischen Markt für Cerealien stark beeinflusst hat. Obwohl sich die Preise für Getreide mittlerweile etwas stabilisiert haben, verbleiben sie auf einem hohen Niveau. Zudem tragen die Energiekrise und klimatische Schwierigkeiten, wie etwa die Dürre im Frühjahr 2023, die voraussichtlich zu einer Erntereduktion um rund 15 % führen wird, zu weiteren Preisanstiegen bei.¹⁰⁵

¹⁰²Lantmännen.com: „Lantmännen Annual Review“ unter <https://www.lantmannen.com/siteassets/documents/01-om-lantmannen/press-och-nyheter/publikationer/arsredovisningar/annual-review-2022.pdf>, zuletzt aufgerufen am 01.11.2023.

¹⁰³Vainu.io: „Lantmännen Cerealia AB“ unter <https://vainu.io/company/lantmannen-cerealia-ab-omsattning-och-nyckeltal/1477057/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

¹⁰⁴Statista.com: Frühstückscerealien & Müsli – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/brot-getreideprodukte/fruehstueckscerealien-muesli/schweden>, zuletzt aufgerufen am 02.11.2023.

¹⁰⁵Jordbruksverket (schwedische Landwirtschaftsbehörde): „Skördeprognos för spannmål och oljevaxter 2023“ unter <https://jordbruksverket.se/om-jordbruksverket/jordbruksverkets-officiella-statistik/jordbruksverkets-statistikrapporter/statistik/2023-08-14-skordeprognos-for-spannmal-och-oljevaxter-2023>, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

Tabelle 4: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel, Brot und Getreideprodukte, 2017 – 2022 (2000 = 100)

COICOP*	Produktgruppe	2000	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01 + 02.1	Essen und Trinken	100	131,6	134,5	138,2	140,8	141,3	154,8
01	Essen und alkoholfreie Getränke	100	134,7	137,9	142,0	145,1	145,6	161,4
01.1.1	Brot und Getreideprodukte	100	127,7	129,2	135,3	137,0	138,6	155,3

Quelle: Eigene Darstellung gemäß SCB, Statistiska centralbyrån.¹⁰⁶

*COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose

6.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Der schwedische Cerealienmarkt zeichnet sich gleichermaßen durch den Import als auch den Export von Produkten aus. So wurden im Jahr 2022 in den Produktkategorien „Lebensmittelzubereitungen, durch Aufquellen oder Rösten von Getreide oder Getreideerzeugnissen“, gekennzeichnet durch den HS-Code 190410¹⁰⁷ und „Lebensmittelzubereitungen, aus Getreide oder Getreideerzeugnissen (außer Mais), in Körnerform, vorgekocht oder anders zubereitet“, gekennzeichnet durch den HS-Code 190490¹⁰⁸ Waren im Wert von 158,91 Mio. € eingeführt. Die Hauptlieferanten in dieser Kategorie waren, in absteigender Reihenfolge, Deutschland (44,12 Mio. €), Dänemark (37,81 Mio. €), das Vereinigte Königreich (17,93 Mio. €) und Belgien (17,39 Mio. €).

Ein weiteres Mal bestätigt Schweden seine führende Position in Skandinavien als zentraler Produzent und Exporteur von Cerealienartikel: Es exportierte im Jahr 2022 Cerealien im Wert von 53,50 Mio. € (HS-Codes 190410¹⁰⁹ und 190490¹¹⁰). Die Hauptabnehmer dieser Produkte waren Norwegen mit 22,82 Mio. €, gefolgt von Finnland mit 14,14 Mio. € und Dänemark mit 11,8 Mio. €.

¹⁰⁶Statistics Sweden (SCB): „Livsmedelsförsäljningsstatistik 2022“, unter

https://www.scb.se/contentassets/b740ba3dc087454099bd19ef9f033df4/ha0103_2022a01_sm_haftbr2201.pdf, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

¹⁰⁷World Integrated Trade Solutions: „Sweden Food preparations: obtained by the swelling or roasting of cereal products imports by country 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/imports/partner/ALL/product/190410>, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

¹⁰⁸World Integrated Trade Solutions: „Sweden Food preparations; cereal or cereal products (excluding maize), in grain form, pre-cooked or otherwise prepared imports by country in 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/imports/partner/ALL/product/190490>, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

¹⁰⁹World Integrated Trade Solutions: „Sweden Food preparations: obtained by the swelling or roasting of cereal products imports by country 2022“ unter <https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/SWE/year/2022/tradeflow/imports/partner/ALL/product/190410>, zuletzt aufgerufen am 04.11.2023.

¹¹⁰Ebenda

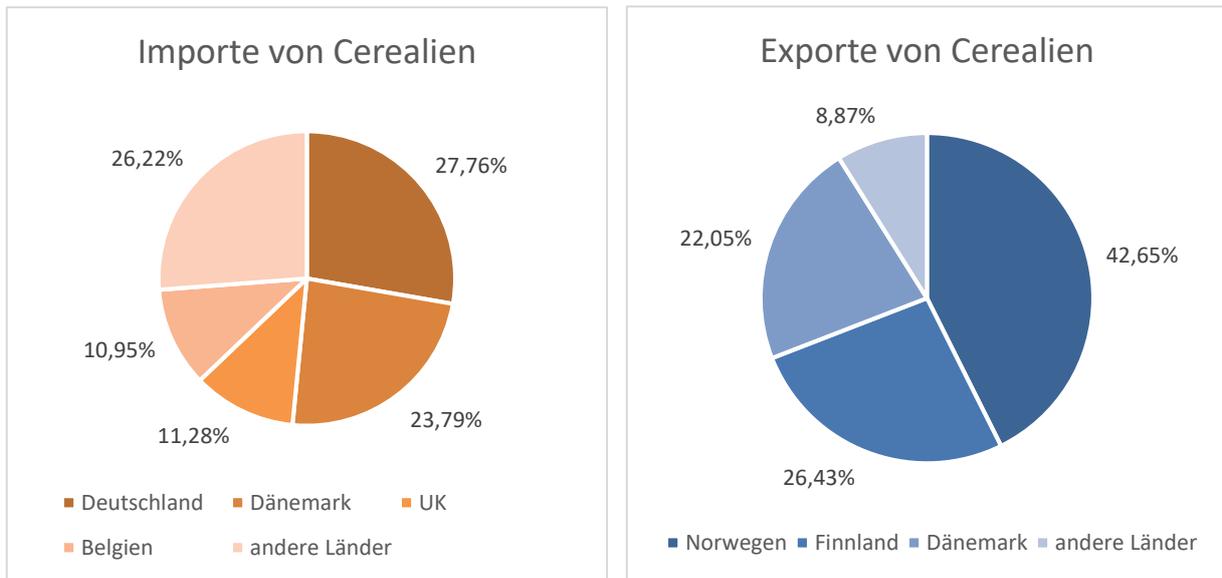


Abbildung 8: Importe & Exporte von Cerealien, Schweden 2022

Quelle: Eigene Darstellung gemäß World Integrated Trade Solutions.

6.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller

Auf dem schwedischen Cerealienmarkt zeichnet sich eine Marktkonzentration ab, die sowohl durch nationale Akteure als auch durch die spürbare Präsenz internationaler Hersteller gekennzeichnet ist. Während schwedische Unternehmen traditionell eine feste Rolle spielen, ist nicht von der Hand zu weisen, dass die hohen Importquoten ein Indikator für die Stärke ausländischer Marken wie PepsiCo, Nestlé und Kellogg's sind. Diese globalen Schwergewichte bringen eine große Marktdynamik mit sich, beeinflusst durch ihre umfassenden Marketingstrategien und die Vielfalt ihrer Produktlinien. Die Dominanz internationaler Marken auf dem schwedischen Markt ist ein Phänomen, das nicht nur auf eine starke globale Markenbekanntheit zurückzuführen ist, sondern auch auf deren Fähigkeit, Skaleneffekte zu nutzen und ihre Produkte zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten. In einem Markt, der stark durch Importe beeinflusst ist, stellen sich Fragen nach der Wettbewerbsfähigkeit lokaler Marken und den langfristigen Auswirkungen auf die schwedische Wirtschaft.

Trotz der marktbeherrschenden Stellung einiger weniger Hersteller ist die Vielfalt auf dem Cerealienmarkt in Schweden groß. Verbraucher profitieren von einer breiten Auswahl und können aus einer Palette von Produkten wählen, die von gesundheitsbewussten bis hin zu bequemen, schnell zubereiteten Optionen reicht. Die Marktkonzentration birgt jedoch auch das Risiko einer Verdrängung kleinerer Marktteilnehmer und stellt somit eine Herausforderung für die Vielfalt und Innovation auf dem Markt dar. In diesem

Spannungsfeld aus globaler Reichweite und lokaler Verankerung wird der schwedische Cerealienmarkt weiterhin von verschiedenen Faktoren beeinflusst, die von internationalen Handelsbeziehungen bis hin zu Verbrauchertrends reichen. Wie sich die Balance zwischen Importen und einheimischer Produktion entwickeln wird, bleibt eine offene Frage, die nicht nur für Marktbeobachter, sondern auch für Verbraucher und Hersteller von Bedeutung ist.

6.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Das Potenzial für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten auf dem schwedischen Cerealienmarkt ist angesichts der Nachfrage nach gesunden Alternativen besonders vielversprechend. Die starke Position Deutschlands als Hauptimporteur auf diesem Markt bietet eine gute Basis, um auf den etablierten Handelsbeziehungen aufzubauen und die Produktpalette im Einklang mit den schwedischen Verbraucherpräferenzen zu erweitern. Insbesondere die Fähigkeit, qualitativ hochwertige und gesundheitsbewusste Lebensmittel zu produzieren, könnte den deutschen Herstellern einen entscheidenden Vorteil verschaffen.

Es ist jedoch zu beachten, dass die schwedische Regierung Bestrebungen zeigt, die inländische Lebensmittelproduktion zu stärken und die Selbstversorgungsfähigkeit des Landes zu erhöhen. Diese politische Richtung könnte zwar zunächst als Handelshemmnis erscheinen, aber sie bietet auch Chancen für ausländische Investoren. Indem deutsche Hersteller die ökologischen und gesundheitlichen Aspekte ihrer Produkte in den Vordergrund stellen und sich an den Zielen des schwedischen Selbstversorgungsprogramms orientieren, könnten sie als unterstützende Partner statt als Konkurrenten der lokalen Industrie wahrgenommen werden. Eine synergetische Strategie, die sich nicht nur auf den Verkauf von Fertigprodukten konzentriert, sondern auch auf die Bereitstellung von Halbfabrikaten, die in die lokale Produktion integriert werden können, könnte ebenfalls förderlich sein. Durch die Anpassung an die lokalen Geschmacksrichtungen und Präferenzen sowie die Einhaltung der strengen schwedischen Vorschriften könnten deutsche Hersteller ihre Marktanteile ausbauen und ihre Präsenz auf dem schwedischen Markt langfristig sichern.

Zusammenfassend bietet der schwedische Cerealienmarkt ein großes Potenzial für deutsche Hersteller, dass durch die Ausrichtung auf Qualität, Gesundheit und Nachhaltigkeit sowie durch eine kluge Positionierung innerhalb der politischen Landschaft Schwedens genutzt werden kann.

7. Der Speiseeismarkt

7.1 Kurze Einführung in den Markt

Speiseeis spielt in Schweden seit den 1930er Jahren eine herausragende Rolle in der kulinarischen Kultur. Der aktuelle Umsatz des Speiseeismarktes in Schweden beläuft sich im Jahr 2023 auf rund 0,68 Mrd. €. Die Prognosen deuten darauf hin, dass der Markt bis 2028 ein Volumen von 0,78 Mrd. € erreichen wird. Dies entspricht einem jährlichen Umsatzwachstum von 2,78 %.¹¹¹

Die schwedische Bevölkerung konsumiert seit der Coronapandemie bevorzugt Eis aus inländischer Herstellung, und klassische Eiscremesorten wie Vanille, Erdbeere und Schokolade erleben ein Comeback. Zusätzlich zu regionalen Aspekten spielen auch die Inhaltsstoffe der Eissorten eine entscheidende Rolle. Die Schweden legen großen Wert auf natürliche und gesunde Zutaten, pflanzliche Eisvarianten mit niedrigem Zuckergehalt und hohem Proteingehalt sind im Trend. Nachhaltigkeit ist ein weiterer wichtiger Faktor, den moderne Verbraucher in ihrem Kaufprozess berücksichtigen.¹¹² Parallel dazu zeichnet sich ein weiterer Trend ab: Die Schweden haben begonnen, verstärktes Interesse an exklusiveren Eissorten zu zeigen. Seit der Coronapandemie steigt die Nachfrage nach Premium-Eis in Schweden. (Premium-Eis unterscheidet sich von normalem Speiseeis hauptsächlich durch die Qualität der Zutaten – z. B. Vanilleschoten anstelle von Vanillearoma –, den Herstellungsprozess und oft auch eine auffälligere Verpackung sowie das Marketing.) Die Verbraucher sind seitdem bereit, etwas mehr Geld für ein qualitativ hochwertiges Eis auszugeben.¹¹³ Auch der anhaltende Erfolg von Multipacks für die gesamte Familie kurbelt den Eisumsatz in Schweden an. Dieses Segment verzeichnete seit 2019 ein Wachstum um 32 %.¹¹⁴

7.2 Überblick über die lokale Produktion

Die Produktion von Eiscreme in Schweden ist geprägt von einer facettenreichen Landschaft von Herstellern, die unterschiedliche Strategien in Bezug auf die Herkunft und Herstellung ihrer Produkte verfolgen: Kleine Unternehmen stellen ihre Produkte handwerklich her und beziehen ihre Zutaten aus den landwirtschaftlichen Regionen Schwedens (Milch- und Beerenprodukte), während große Eishersteller den Produktionsprozess automatisiert und industrialisiert haben. Die Bandbreite reicht von SIA Glass – ein Unternehmen, das

¹¹¹Statista.com: „Speiseeis – Schweden“ unter <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/suesswaren-nachtische/speiseeis/schweden>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

¹¹²Mynewsdesk.com: „SIA Glass bjussar påårets 5 största glasstrender“ unter <https://www.mynewsdesk.com/se/siaglass/pressreleases/sia-glass-bjussar-paa-aarets-5-stoersta-glasstrender-3187264>, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

¹¹³Mynewsdesk.com: „Regional statistik för Glassåret 2021: Här äts det mest glass i landet“ unter <https://www.mynewsdesk.com/se/siaglass/pressreleases/regional-statistik-foer-glassaaret-2021-haer-aets-det-mest-glass-i-landet-3157490>, zuletzt aufgerufen am 28.10.2023.

¹¹⁴Livsmedelnsnyheter.se: „Minskad glasskonsumtion i Sverige 2022“ unter <https://livsmedelnsnyheter.se/2023/02/24/minskad-glasskonsumtion-i-sverige-2022/>, zuletzt aufgerufen am 28.10.2023.

konsequent auf heimische Rohstoffe und eine Produktion in Schweden in seiner Fabrik in Slöinge setzt – über Triumpf Glass – die eine Mischung aus Inlands- und Auslandsproduktion nutzen – bis hin zu internationalen Größen wie GB Glace als Teil der global aktiven Unilever-Gruppe.

Triumpf Glass setzt bei der Herstellung von 90 % seines Eises auf die inländische Produktion, wohingegen beliebte Marken des Unternehmens wie Snickers, Geisha und Lion im Ausland produziert werden. Hemglass, ein weiterer bedeutender schwedischer Eishersteller, kehrte im Jahr 2013 zu einer Inlandsproduktion von 65 % seiner Eisprodukte zurück, nachdem er zuvor auf ausländische Fertigung gesetzt hatte. Im Unterschied dazu ist es bei anderen schwedischen Herstellern gängig, dass zahlreiche der populären Eissorten in Ländern wie Deutschland, Italien und Russland produziert werden. GB Glace beispielsweise bezieht rund 30 % seiner in Schweden angebotenen Produkte aus dem Ausland.¹¹⁵

Diese Vielfalt an Produktionsvarianten spiegelt die dynamische Natur der Eiscremeproduktion in Schweden wider. Dies stellt die Branche vor Herausforderungen, vor allem unter Anbetracht der wichtigen Fragen Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit und Kundennachfrage.

7.3 Porträt der einzelnen lokalen Hersteller

Schweden beheimatet eine eindrucksvolle Vielfalt an Eisherstellern – von etablierten Marktführern bis hin zu aufstrebenden Spezialisten.

GB Glace ist dabei Schwedens führender Hersteller von Speiseeis und wurde im Jahr 1942 gegründet. Das Unternehmen ist seit 1996 eine vollständige Tochtergesellschaft der Unilever-Gruppe. Neben eigenen Produktlinien bietet GB Glace auch eine breite Palette an bekannten Marken an, darunter Magnum, Cornetto und Calippo.¹¹⁶ Das Unternehmen stellt unter der Firmierung Unilever seine Eisprodukte im schwedischen Flen her und verkaufte im Jahr 2022 24 Mio. Liter Eiscreme – eine Zahl, die voraussichtlich im Jahr 2023 übertroffen wird.¹¹⁷ GB Glace generierte im Jahr 2022 mit seinen in Schweden hergestellten Produkten einen Umsatz von 16,1 Mio. € und beschäftigte 154 Mitarbeiter.¹¹⁸ Bei den importierten Marken lag der Umsatz allerdings deutlich höher: 1,2 Mrd. € oder 13 % des Gesamtumsatzes der Unilever-Gruppe werden weltweit mit Eisprodukten umgesetzt.¹¹⁹

¹¹⁵Malochmedel.se: „Många av våra populäraste glassar tillverkas inte i Sverige“ unter <https://malochmedel.se/2021/12/01/manga-av-vara-popularaste-glassar-tillverkas-inte-i-sverige/>, zuletzt aufgerufen am 11.11.2023.

¹¹⁶Gb.se: „GB's historia“ unter <https://www.gb.se/om-gb-glace/gb-historia.html>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023.

¹¹⁷Dagensps.se: „Glassförsäljningen „slår alla rekord““ unter <https://www.dagensps.se/weekend/glassforsaljningen-slar-alla-rekord/>, zuletzt aufgerufen am 05.11.2023.

¹¹⁸Vainu.com: „Unilever Produktion AB“ unter <https://vainu.io/company/unilever-produktion-ab-omsattning-och-nyckeltal/1387881/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

¹¹⁹Unilever.com: „Annual Report and Accounts 2022 Highlights“ unter <https://www.unilever.com/investors/annual-report-and-accounts/>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

SIA Glass AB ist ebenfalls ein renommiertes schwedisches Unternehmen, das sich auf die Produktion von regional hergestelltem Speiseeis spezialisiert hat. Das in Göteborg ansässige Unternehmen hat sich nach seiner Gründung im Jahr 1960 einen Namen in der Herstellung hochwertiger Eiscreme in verschiedensten Geschmacksrichtungen und Sorten auf der Basis von natürlichen Zutaten gemacht. Das Unternehmen genießt in Schweden und anderen skandinavischen Ländern einen guten Ruf für seine erstklassigen Speiseeisprodukte.¹²⁰ SIA Glass AB erzielte im Jahr 2022 einen Umsatz von 58,2 Mio. € und beschäftigt 142 Mitarbeiter.¹²¹

Triumpf Glass AB, ein schwedisches Familienunternehmen mit Wurzeln in Sävedalen, einem Vorort von Göteborg, hat sich seit seiner Gründung im Jahr 2009 als ein namhafter Akteur in der Eiscreme-Branche etabliert. Mit dem Hauptsitz und der modernen Produktionsstätte in Mjölby versorgt das Unternehmen nicht nur den schwedischen Markt, sondern hat auch in anderen skandinavischen Ländern einen festen Kundenstamm aufgebaut.¹²² Triumpf Glass AB erweiterte seine Produktionskapazitäten im Jahr 2020 deutlich, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden und sein Angebot zu diversifizieren. Diese strategischen Entscheidungen haben sich bezahlt gemacht, denn Triumpf Glass AB verzeichnet seit 2019 ein konstantes Umsatzwachstum. Das Unternehmen erreichte im Jahr 2022 einen Umsatz von 45,4 Mio. € und beschäftigt 109 Mitarbeiter.¹²³

Hemglass AB, gegründet 1968 in Partille bei Göteborg, hat sich mit seinem Eisverkauf direkt an der Haustür einen Namen gemacht. Auch fünf Jahrzehnte nach seiner Gründung verfolgt das Unternehmen das Ziel, landesweit Eis und Freude zu verbreiten. Mit über 400 Angestellten und 300 Eiswagen ist Hemglass AB ein fester Bestandteil der schwedischen Kultur.¹²⁴ Nach einer Phase der Zugehörigkeit zum globalen Lebensmittelkonzern Nestlé von 2002 – 2014 ist Hemglass AB heute wieder in schwedischen Händen und gehört zu Varsego Sverige AB. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Stockholm und generierte 2022 einen Umsatz von 19,5 Mio. €.¹²⁵

Lohilo Foods AB, ehemals Alvestaglass AB, wurde 2008 gegründet und ist ein innovatives schwedisches Unternehmen, das seine Geschäftstätigkeit mit der ambitionierten Vision startete, Eisliebhabern Produkte anzubieten, die sowohl lecker als auch gesund sind. Mit einem klaren Fokus auf Fitness, Gesundheit und gutem Geschmack hat sich Lohilo Foods AB

¹²⁰Siaglass.se: „Vår hållbara resa“ unter <https://www.siaglass.se/sv/om-oss/information/var-hallbara-resa/>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023.

¹²¹Vainu.io: „SIA – Glass Aktiebolag“ unter <https://vainu.io/company/sia-glass-aktiebolag-omsattning-och-nyckeltal/1575086/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

¹²²Triumfglass.se: „En glassig historia“ unter <https://www.triumfglass.se/om-triumf-glass/en-glassig-historia>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023.

¹²³Vainu.io: „Triumpf Glass AB“ unter <https://vainu.io/company/triumf-glass-ab-omsattning-och-nyckeltal/1196635/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

¹²⁴Hemglass.se: „Vår historia“ unter <https://hemglass.se/om-hemglass/var-historia/>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

¹²⁵Vainu.io: „Hemglass i Sverige AB“ unter <https://vainu.io/company/hemglass-i-sverige-ab-omsattning-och-nyckeltal/1375489/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

von einer Pioniermarke für Protein-Eiscreme zu einem vielseitigen Anbieter entwickelt, der mehrere Produktsegmente abdeckt. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Växjö, Kreis Kronoberg, und tritt mit den nachfolgenden Marken auf dem schwedischen Eismarkt auf: Alvestaglass bietet seit über 30 Jahren Premium-Eis aus Schweden an, angereichert mit lokal angebauten Zutaten. Die Marke ist bekannt für ihre vielfältigen Geschmacksrichtungen, einschließlich laktose-, milch- und zuckerfreien Optionen. Järnaglass (seit 2017) steht für handwerkliches Luxus-Eis mit einer Auswahl an feinen Zutaten, frei von überflüssigen Zusätzen. Bubbies hat Mochi-Eis neu interpretiert: cremiges Eis umhüllt von weichem Reisteig, in vielen Geschmacksrichtungen erhältlich und glutenfrei.¹²⁶ Lohilo Foods AB erwirtschaftete 2022 einen Umsatz von fast 18 Mio. € in seinem Produktsortiment, wobei Eiscreme den größten Anteil generierte. Das Unternehmen beschäftigt 47 Mitarbeiter.¹²⁷

Diese bedeutenden Eishersteller Schwedens bieten nicht nur eine breite Vielfalt an Geschmacksrichtungen und Sorten, sondern auch Einblicke in die facettenreiche Eisherstellung in Schweden.

7.4 Marktgröße und Preisindex der Kategorie

Schwedens Speiseeismarkt zeichnet sich durch eine breite Palette von Angeboten aus, die in Supermärkten, Lebensmittelgeschäften sowie in Eisdielen und Cafés zu finden sind. Seit der Coronapandemie 2020 ist ein kontinuierliches Wachstum im Umsatz von Speiseeis zu verzeichnen. Für das Jahr 2023 wird der Umsatz auf rund 0,68 Mrd. € geschätzt und bis 2028 ein Wachstum von durchschnittlich 2,78 % jährlich auf ein Marktvolumen von etwa 0,78 Mrd. € prognostiziert. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Speiseeis in Schweden zeigt die Vorliebe der Schweden für diese gefrorene Delikatesse: Jährlich geben sie im Durchschnitt etwa 65,73 € für Eis aus, was einem Pro-Kopf-Verbrauch von rund 10,78 kg entspricht.¹²⁸ Die Schweden nehmen damit eine Spitzenposition in Europa ein: Im Vergleich dazu werden in Italien lediglich 6,9 kg pro Kopf konsumiert.

Die Preisentwicklung für Speiseeis in Schweden wird nicht nur von internen Faktoren wie Produktions- und Rohstoffkosten oder saisonalen Schwankungen beeinflusst, sondern auch maßgeblich von der Dynamik der Importquote. Als ein importstarker Markt hängt der schwedische Eissektor in hohem Maße von den globalen Märkten ab. Änderungen in den Weltmarktpreisen für Milchprodukte und Zucker sowie Wechselkursschwankungen können die Kosten für importiertes Eis und dessen Zutaten stark beeinflussen.

¹²⁶Lohilofoods.com unter <https://www.lohilofoods.com/varum%C3%A4rken>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023.

¹²⁷Vainu.io: „Lohilo Foods AB“ unter <https://vainu.io/company/lohilo-foods-ab-publ-omsattning-och-nyckeltal/1571247/foretagsinfo>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

¹²⁸Statista.com: „Speiseeis - Schweden“ unter, <https://de.statista.com/outlook/cmo/lebensmittel/suesswaren-snacks/suesswaren-nachtische/speiseeis/schweden>, zuletzt aufgerufen am 26.10.2023.

Der schwedische Speiseeismarkt weist im Verhältnis zum allgemeinen Preisindex für Lebensmittel eine hohe Stabilität auf. Zwischen den Jahren 2000 und 2022 verzeichnete der Wert für Speiseeis einen verhältnismäßig moderaten Anstieg von knapp 30 %, während der Preisindex für Lebensmittel im selben Zeitraum um über 50 % anstieg. Diese vergleichsweise geringe Preissteigerung bei Speiseeis macht deutlich, warum dessen Genuss in Schweden weiterhin eine große Beliebtheit genießt. Speiseeis bleibt somit eine erschwingliche und attraktive Option für Verbraucher, die sich eine süße Auszeit gönnen möchten, ohne dabei tief in die Tasche greifen zu müssen.

Tabelle 5: Preisindex für Nahrungsmittel und Getränke im Handel; Speiseeis, 2017 – 2022, (2000 = 100)

COICOP*	Produktgruppe	2000	2017	2018	2019	2020	2021	2022
01 + 02.1	Essen und Trinken	100	131,6	134,5	138,2	140,8	141,3	154,8
01	Essen und alkoholfreie Getränke	100	134,7	137,9	142,0	145,1	145,6	161,4
01.1.8	Speiseeis	100	119,0	121,1	122,2	125,0	129,9	129,9

Quelle: Eigene Darstellung gemäß Handelsfakta.¹²⁹

*COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose

7.5 Überblick über Exporte und Importe (Ziel- und Herkunftsländer)

Die Importe und Exporte von Speiseeis nach Schweden sind nicht nur ein Geschäftsbereich, der das kulinarische Vergnügen der Menschen bedient, sondern auch ein Spiegelbild internationaler Handelsbeziehungen und Konsumtrends.

Schweden erreichte im Jahr 2022 bei Speiseeisimporten einen Wert von 110 Mio. €, was rund 32 Mio. kg entspricht. Deutschland ragte dabei als Hauptlieferant hervor, durch den Speiseeis im Wert von 23 Mio. € bezogen wurde – dies entsprach einem Anteil von 21 % an den Gesamtimporten. Gemeinsam mit den Niederlanden und Norwegen, die Eiskreationen im Wert von 20 Mio. € bzw. 14 Mio. € lieferten, bildete es die zentrale Bezugsquelle für Schwedens Speiseeisimporte.

¹²⁹Handelsfakta.se: „Livsmedel och alkoholfria drycker cårde 1980 – 2023“ unter <https://handelsfakta.se/handel/priser/>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

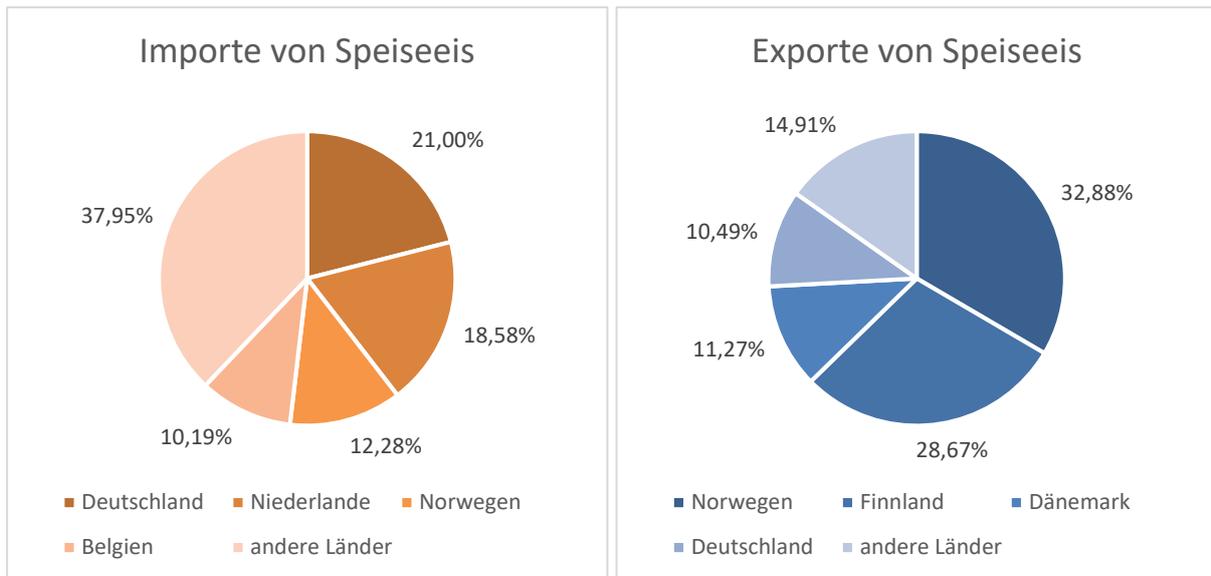


Abbildung 9: Importe & Exporte von Speiseeis, Schweden 2022

Quelle: Eigene Darstellung nach World Integrated Trade Solutions.

Auf der Exportseite steht Norwegen als Hauptabnehmer des schwedischen Speiseeises mit einem Anteil von 33 % und einem Volumen von 21 Mio. €. Finnland lag mit 28 % und 19 Mio. € knapp dahinter, während Dänemark und Deutschland mit Anteilen von 11 % (7,4 Mio. €) und 10 % (6,8 Mio. €) folgten. Weitere Länder komplettierten die Exportbilanz mit 15 % und einem Volumen von 10,2 Mio. €.

Diese Handelsströme belegen Schwedens etablierte Position sowohl als Importeur als auch als Exporteur von Speiseeis. Besonders die Beziehungen zu Deutschland und Norwegen heben die gegenseitige Wertschätzung und das Ansehen der schwedischen Eiskreationen innerhalb Europas hervor.

7.6 Marktkonzentration/Dominanz einzelner Hersteller

Auf dem schwedischen Markt für Speiseeis nehmen GB Glace AB, Sia Glass AB und Triumph Glass AB eine führende Stellung ein. Diese drei Marktteilnehmer beherrschen zusammen etwa 60 % des Marktes, wobei GB Glace AB in der jüngsten Vergangenheit das stärkste Wachstum verzeichnen konnte. Sia Glass plant, seine Produktionskapazitäten bis 2024 signifikant zu steigern und erwartet eine Verdoppelung des Outputs, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden.¹³⁰

¹³⁰Mynewsdesk.com: „Regional statistik för Glassåret 2021: Här äts det mest glass i landet“ unter <https://www.mynewsdesk.com/se/siaglass/pressreleases/regional-statistik-foer-glassaaret-2021-haer-aets-det-mest-glass-i-landet-3157490>, zuletzt aufgerufen am 08.11.2023.

Die Dominanz etablierter Akteure auf dem schwedischen Eismarkt ist zwar unübersehbar, doch gerade die Sättigung dieses Marktes schafft Raum für innovative Nischenanbieter. Diese können von der veränderten Kundennachfrage profitieren, die zunehmend gesündere Alternativen und neuartige Geschmacksrichtungen bevorzugt. Zudem ist Schweden bekannt für seinen hohen Pro-Kopf-Eiskonsum und hat sich über Jahrzehnte ein kontinuierliches Wachstum bewahrt, was auf eine anhaltend positive Entwicklung hindeutet. In diesem reifen Markt könnten somit auch internationale Anbieter mit kreativen Lösungen Fuß fassen. Die Öffnung gegenüber globalen Trends und die Vorliebe für Innovation versprechen eine positive Zukunft für den schwedischen Eismarkt, auf dem die Balance zwischen bewährter Tradition und modernem Genuss die Richtung vorgibt.

7.7 Bestimmung des Potenzials für deutsche Hersteller von Verbraucherprodukten und Halbfabrikaten

Die Verbraucher in Schweden genießen Eiscreme das ganze Jahr über und machen den Speiseeismarkt zu einem wichtigen Teil der Lebensmittelbranche des Landes. Die Schweden haben eine Vorliebe für hochwertige Lebensmittelprodukte, und deutsche Hersteller genießen einen guten Ruf für Qualität und Handwerkskunst. Der Markt ist wettbewerbsintensiv, da die Verbraucher eine breite Auswahl an hochwertigen Produkten erwarten. Trotzdem wird der Markt für Speiseeis in Schweden in den kommenden fünf Jahren ein großes Wachstum verzeichnen. Dieses Wachstum wird von mehreren Faktoren angetrieben: Insbesondere wächst die Nachfrage nach fettarmem Speiseeis, das aus natürlichen Zutaten hergestellt wird – ohne Abstriche beim Geschmack. Auch innovative Geschmacksrichtungen tragen seitens der Eisproduzenten zur Generierung von Nachfrage bei. Ein bedeutender Trend auf dem gesamten europäischen Eiscrememarkt ist die Sparte der Premium-Eiscremes. Sie erfreut sich aufgrund der Textur, der besonderen Aromen und der hohen Qualität auch in Schweden großer Beliebtheit. Die steigende Nachfrage nach Luxus-Eis und herkömmlichen Eisdesserts ist auf die zunehmende Urbanisierung und technologische Verbesserungen in der Milchindustrie zurückzuführen.¹³¹

Deutsche Hersteller können diese Vielfalt in ihren Produktlinien anbieten und gleichzeitig die hohen Qualitätsstandards erfüllen, die von den schwedischen Verbrauchern erwartet werden.

Der schwedische Markt für Speiseeis bietet trotz starker inländischer Konkurrenz eine attraktive Gelegenheit für deutsche Hersteller, ihre Präsenz auszubauen und den Verbrauchern in Schweden erstklassige Produkte anzubieten. Mit der richtigen

¹³¹Mordorintelligence.com: „Analyse der Größe und des Anteils des europäischen Speiseeismarktes – Wachstumstrends und Prognosen (2023-2028)“ unter <https://www.mordorintelligence.com/de/industry-reports/europe-ice-cream-market>, zuletzt aufgerufen am 27.10.2023.

Produktentwicklung, Marketingstrategie und Qualitätsversprechen können deutsche Hersteller ihre bereits starke Marktposition erfolgreich ausbauen.

8. Einschätzung der Chancen deutscher Lieferanten insgesamt

Ungefähr 70 % der schwedischen Exporte sind auf Länder des EU-Binnenmarktes ausgerichtet. Deutschland, mit einem Warenwert von etwa 16,4 Mrd. €, belegte erneut den zweiten Platz unter den größten Exportzielen Schwedens, knapp hinter Norwegen. Ebenso ist Deutschland seit vielen Jahren der wichtigste Handelspartner Schwedens im Import. Schweden importierte im Jahr 2021 deutsche Waren im Gesamtwert von ungefähr 26,4 Mrd. €. ¹³² Diese Tatsache unterstreicht die enge Verbundenheit beider Länder und bietet eine solide Grundlage für den Ausbau und die Fortsetzung bestehender Handelsgeschäfte.

Der Markt für Süßwaren allgemein wird sich voraussichtlich aufgrund der kontinuierlichen Einführung innovativer Produkte – insbesondere solcher, die das Energielevel steigern und gleichzeitig kalorienarm und nährstoffreich sind – weiterentwickeln. Die wachsende Wirtschaft und ein steigendes Einkommen in der Bevölkerung sind weitere wesentliche Faktoren, die das Wachstum des Marktes fördern. ¹³³

Die folgende SWOT-Analyse bietet eine grundlegende Einschätzung der Chancen und Risiken für deutsche Süßwarenlieferanten in Schweden. Es ist wichtig, diese Faktoren zu berücksichtigen und eine detaillierte Marktforschung durchzuführen, um fundierte Geschäftsentscheidungen zu treffen.

¹³²Mynewsdesk.com: „Regional statistik för Glassåret 2021: Här äts det mest glass i landet“ unter <https://www.mynewsdesk.com/se/siaglass/pressreleases/regional-statistik-foer-glassaaret-2021-haer-aets-det-mest-glass-i-landet-3157490>, zuletzt aufgerufen am 28.10.2023.

¹³³LinkedIn.com: „Global Confectionery Market Size is anticipated to grow at a CAGR of 3,6% during the forecast period“ unter <https://www.linkedin.com/pulse/global-confectionery-market-size-anticipated-grow-cagr-36/>, zuletzt aufgerufen am 31.10.2023.

Tabelle 6: SWOT-Analyse zur Einschätzung der Chancen deutscher Süßwaren-Lieferanten in Schweden

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
<p>Qualitätsprodukte: Deutsche Süßwaren sind oft für ihre Hochwertigkeit in Zutaten und Produktion bekannt, was in Schweden einen Wettbewerbsvorteil verschaffen kann.</p> <p>Vielfalt des Angebots: Deutsche Süßwarenlieferanten haben eine breite Palette an Produkten, die verschiedene Geschmackspräferenzen ansprechen.</p> <p>Markenbekanntheit: Einige deutsche Süßwarenmarken genießen bereits internationale Anerkennung, was den Markteintritt in Schweden erleichtert.</p> <p>Qualitätskontrolle und -sicherheit: Deutsche Hersteller haben oft strenge Qualitätskontrollen und Sicherheitsstandards, die das Vertrauen der Kunden in die Produkte stärken.</p>	<p>Hohe Kosten: Die Produktion und der Import von deutschen Süßwaren können teuer sein, was die Wettbewerbsfähigkeit auf dem schwedischen Markt beeinträchtigen könnte.</p> <p>Kulturelle Unterschiede: Die Vorlieben der schwedischen Verbraucher bei Süßwaren könnten von den deutschen Präferenzen abweichen, was Anpassungen erforderlich macht.</p> <p>Markteintrittsbarrieren: Schwedische Vorschriften und Vermarktungsanforderungen können für ausländische Hersteller komplex sein, was den Markteintritt erschweren kann.</p>
Opportunities (Chancen)	Threats (Risiken)
<p>Gesundheitsbewusstsein: In Bezug auf die steigende Nachfrage nach gesünderen Snack-Optionen können deutsche Hersteller Produkte entwickeln, die diesem Trend gerecht werden.</p> <p>Exportförderung: Die deutschen Behörden und Handelskammern unterstützen Exporteure. Dies hilft deutschen Süßwarenherstellern, den schwedischen Markt zu erschließen.</p> <p>E-Commerce: Die Zunahme des Online-Handels bietet Chancen, deutsche Süßwaren direkt an schwedische Verbraucher zu verkaufen.</p> <p>Tourismus: Deutsche Süßwaren werden im Tourismussektor Absatzmöglichkeiten finden.</p>	<p>Wettbewerb: Der Markt für Süßwaren in Schweden ist bereits gut etabliert, und es gibt starke Konkurrenten. Für Neueinsteiger kann es schwer sein, sich durchzusetzen.</p> <p>Währungsschwankungen: Wechselkursschwankungen können die Kosten für deutsche Produkte erhöhen und die Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen.</p> <p>Verbraucherpräferenzen: Schwedische Verbraucher könnten sich als anspruchsvoll erweisen, was eine Anpassung der Produkte und Marketingstrategien erforderlich macht.</p> <p>Regulierung: Die Einhaltung der schwedischen Vorschriften für Lebensmittel und Etikettierung kann komplex sein und zusätzliche Kosten verursachen.</p>

Quelle: Eigene Darstellung.

9. Struktur der Vertriebsschienen

Der Lebensmittelhandel ist ein wichtiger Wirtschaftszweig in Schweden. Aufgrund zentraler Abkommen auf nationaler Ebene weist er eine starke Konsolidierung auf. Die Hauptvertriebskanäle umfassen den Lebensmitteleinzelhandel, den Lebensmittelgroßhandel und den Foodservice – auch als HoReCa-Großhandel bekannt.¹³⁴ Der Fokus beim Vertrieb von Süßwaren liegt auf dem Lebensmitteleinzelhandel und Großhandel, der HoReCa-Großhandel ist für Süßwarenhersteller kaum relevant.

Die Lebensmitteldistribution in Schweden zeichnet sich generell durch eine effiziente Organisation und eine gut entwickelte Infrastruktur aus. Kosteneffizienz spielt dabei eine entscheidende Rolle. Eine geringere Wirtschaftlichkeit würde sich in höheren Preisen, einer eingeschränkten Produktvielfalt und einem schlechteren Kundenservice niederschlagen sowie die Verfügbarkeit von Lebensmitteln für die Kunden beeinträchtigen. Zusätzlich ist die Lebensmitteldistribution in Schweden von einer starken Konzentration geprägt, wobei die drei führenden Handelsgruppen – ICA Gruppen AB, Coop und Axfood – sowohl im Einzel- als auch im Großhandel tätig sind und den Vertrieb von Lebensmitteln im Land dominieren.¹³⁵

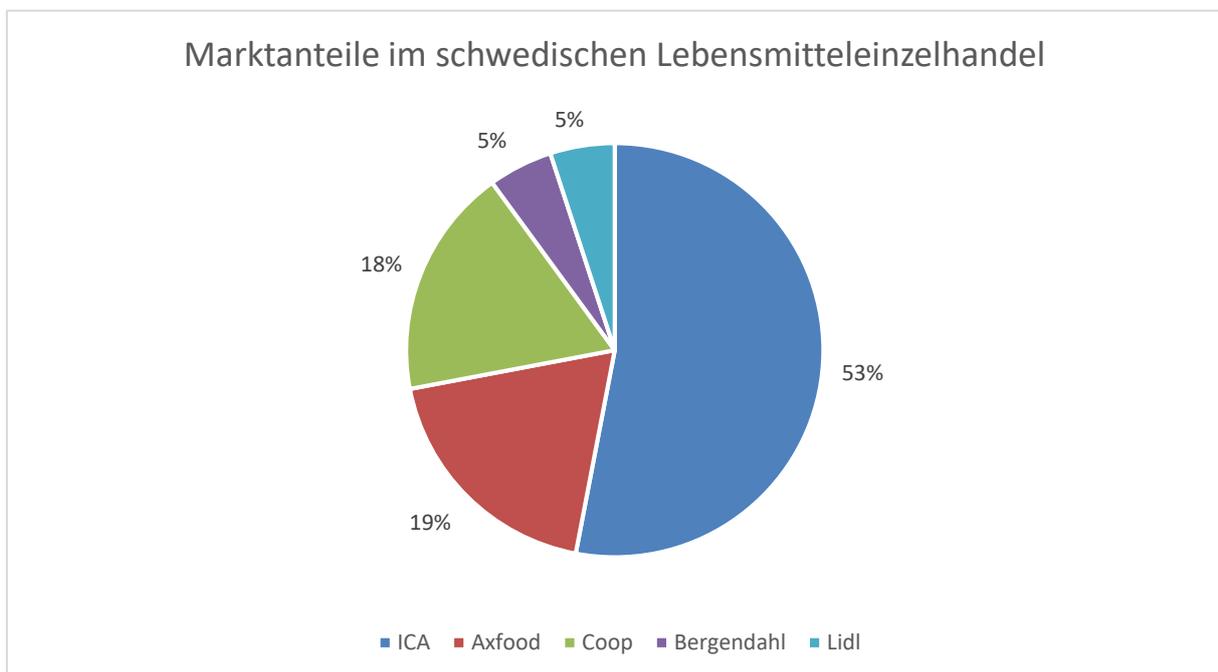


Abbildung 10: Marktanteil der führenden Lebensmittel-Einzelhandelsketten in Schweden 2020

Quelle: Kommerskollegium.

¹³⁴Cloetta.com: „Annual and Sustainability Report 2022“ unter <https://www.cloetta.com/en/wp-content/uploads/sites/2/2023/03/Annual-and-Sustainability-Report-2022-screen-version.pdf>, zuletzt aufgerufen am 31.10.2023.

¹³⁵Kommerskollegium.se: „The Swedish Market, Processed food“ unter, <https://www.kommerskollegium.se/globalassets/publikationer/market-studies/market-study-processed-food.pdf>, zuletzt aufgerufen am 10.11.2023.

Allgemein gilt das Marktvolumen nicht nur für Süßwaren, sondern für den gesamten Lebensmitteleinzelhandel in Schweden, aufgrund der geografischen Beschaffenheit als begrenzt. Zu einem wichtigen Vertriebsweg wurde in diesem Zusammenhang der Online-Vertrieb von Lebensmitteln. Die Coronapandemie begünstigte die Entwicklung des Online-Einkaufs hin zur Lieferung des Einkaufs direkt nach Hause und der Click-and-Collect-Variante entscheidend. Bereits 5 % der Lebensmitteleinkäufe in Schweden entfielen im Januar 2023 auf Internet-Lebensmitteleinkäufe. Im Zuge dieser Entwicklung konnten sich die Anbieter Mathem.se und Matsmart entscheidende Marktanteile sichern.¹³⁶ Im Jahr 2023 wird ein Absatzvolumen über Internet-Lebensmittellieferanten von circa 2,4 Mrd. € erwartet. Dieses Marktsegment wird voraussichtlich bis 2028 jährlich um weitere circa 13 % wachsen.¹³⁷

E-Commerce ist zudem der am schnellsten wachsende Vertriebskanal für Süßwarenhersteller. Insbesondere jüngere Zielgruppen bevorzugen diesen Kanal aufgrund seiner Bequemlichkeit. Die Fortschritte im mobilen Einkaufen und schnellen Zahlungsmethoden haben zu dessen Aufschwung beigetragen. Die Einführung des schnellen Handels mit Lieferungen in weniger als 30 Minuten hat die Landschaft weiter verändert.¹³⁸

Der Dienstleistungshandel, bestehend aus Convenience-Stores und Tankstellen mit großzügigen Öffnungszeiten, hat in den letzten Jahren einen Rückgang im Süßwarenverkauf verzeichnet. Grund dafür waren die Schließungen von Tankstellen und die Konkurrenz durch eigens von den Tankstellenbetreibern hergestellte Snack-Alternativen. Die Pandemie und damit verbundene Mobilitätseinschränkungen haben diesen Rückgang verstärkt.¹³⁹

Zusätzlich zu den oben genannten Kanälen existieren weitere Vertriebswege wie Kinos, Baumärkte, Flughäfen und Arenen. Diese Kanäle wurden in den letzten Jahren erweitert, um auch nicht-traditionelle Süßwarenvertriebskanäle wie Baumärkte, Möbel- und Elektronikgeschäfte, Hotels und Bars zu integrieren.¹⁴⁰

Die Vertriebskanäle für Süßwarenhersteller sind im Allgemeinen vielfältig und unterliegen ständigen Veränderungen. Um in diesem Markt erfolgreich sein zu können, müssen Hersteller die Bedürfnisse der verschiedenen Vertriebskanäle verstehen und sich flexibel daran anpassen.

¹³⁶Fatbit.com: „Rising Demand For Starting Online Business in Europe“ unter <https://www.fatbit.com/fab/rising-demand-for-starting-online-grocery-business-in-europe/#sweden>, zuletzt aufgerufen am 23.10.2023.

¹³⁷Statista.com: „Online Food Delivery - Sweden“ unter <https://www.statista.com/outlook/dmo/online-food-delivery/sweden>, zuletzt aufgerufen am 23.10.2023.

¹³⁸Cloetta.com: „Annual and Sustainability Report 2022“ unter <https://www.cloetta.com/en/wp-content/uploads/sites/2/2023/03/Annual-and-Sustainability-Report-2022-screen-version.pdf>, zuletzt aufgerufen am 31.10.2023.

¹³⁹ebenda.

¹⁴⁰ebenda.

10. Übersicht über wichtige Messen und Kontaktaufnahmemöglichkeiten für Hersteller aus Deutschland

Im vorliegenden Kapitel wird eine umfassende Übersicht über bedeutende Messen und effektive Kontaktaufnahmemöglichkeiten für deutsche Hersteller im Markt für Süßwaren und Knabberartikel in Schweden präsentiert.

GASTRONORD – Messe für die HoReCa-Branche	
Adresse / Website	Stockholmsmässan – Stockholm International Fairs Mässvagen 1 125 30 Alvsjö Schweden www.gastronord.se
Kontakt	Stockholmsmässan – Stockholm International Fairs E-Mail: visitorservice@stockholmsmassan.se Tel.: +46 (0)8 749 41 00
Profil	Im Mittelpunkt der Gastronord-Messe stehen die neuesten Ideen für das Essen und Trinken der Zukunft, neue Technologien und spannende Verkostungen. Durch Wissensaustausch und Networking bietet Gastronord alle Zutaten für innovativere Geschäfte.
Termin	09. – 11. April 2024

Nordic Food Industry – Messe für Lebensmittelverarbeitungsindustrie	
Adresse / Website	Svenska Mässan Mässans Gata/Korsvägen 412 94 Gothenburg Schweden https://nordicfoodindustry.se/
Kontakt	Frau Pernilla Ahlqwist Email: pernilla.ahlqwist@svenskamassan.se Tel.: +46 (0)31 708 83 78
Profil	Die Nordic Food Industry bringt alle Sektoren der Lebensmittelindustrie mit dem Schwerpunkt auf nachhaltiger Produktion und Verarbeitung zusammen. Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit der zahlreichen schwedischen Lebensmittelunternehmer zu verbessern, indem die Leitlinien für eine gemeinsame Anstrengung bis 2030 festgelegt werden. Ziel ist es, die Herausforderungen und Möglichkeiten zur Stärkung der kollektiven Lebensmittelindustrie sowohl auf lokaler Ebene als auch auf dem Weltmarkt zu klären.
Termin	8. – 10. Oktober 2024

STHLM FOOD & WINE – Lebensmittel- und Getränkemesse	
Adresse / Website	Mässvagen 1 12530 Alvsjö Schweden https://www.sthlmfoodandwine.se/
Kontakt	E-Mail: info@stockholmsmassan.se Tel.: +46 (0)8 749 41 00
Profil	Die Sthlm Food & Wine lässt sich kurz und bündig als ein wirklich einzigartiges Gastronomie- und Weinerlebnis beschreiben. Eine Ausstellung voller typischer und echter Produkte aller Art. Es ist eine Gelegenheit, innovative Produkte aus den Bereichen Wein, Champagner, Bier, Spirituosen und Street Food zu entdecken.
Termin	10. – 12. November 2024

Nordic Organic Food Fair – Messe für biologische Lebensmittel und Getränke	
Adresse / Website	Malmömassan Exhibition & Congress Center Mässgatan 6 215 32 Malmö Schweden https://www.nordicorganicexpo.com
Kontakt	E-Mail: mviking@divcom.co.uk Tel.: +46 (0)8 446 853 81
Profil	Die Nord organic Food ist eine der wichtigsten Messen im skandinavischen Raum auf dem Gebiet der biologischen Lebensmittel und Getränke. Jede Ausgabe bringt Branchenexperten und exklusive lokale Marken zusammen.
Termin	Ausgabe 2023: 15. – 16. November 2023

Deutsche Botschaft Stockholm	
Adresse / Website	Artillerigatan 64 114 45 Stockholm Schweden www.stockholm.diplo.de
Kontakt	Tel.: +46 (0)8 670 15 00
Profil	Die Deutsche Botschaft Stockholm ist die Auslandsvertretung der Bundesrepublik Deutschland in Schweden.

AHK Schweden (Deutsch-Schwedische Handelskammer)	
Adresse / Website	Valhallavägen 185 102 52 Stockholm Schweden www.handelskammer.se
Kontakt	E-Mail: info@handelskammer.se Tel.: +46 (0)8 665 18 00
Profil	Die AHK Schweden ist Teil des deutschen Netzwerkes der Auslandshandelskammern und vertritt die deutsche Wirtschaft.

Livsmedelverket (Schwedische Lebensmittelbehörde)	
Adresse / Website	Dag Hammarskjölds väg 56 A 752 37 Uppsala Schweden https://www.livsmedelsverket.se/
Kontakt	E-Mail: livsmedelsverket@slv.se Tel.: +46 (0)18 17 55 00
Profil	Die schwedische nationale Lebensmittelbehörde ist die zentrale Aufsichtsbehörde für Lebensmittel- und Trinkwasserangelegenheiten.

Livsmedelsföretagen (Schwedischer Lebensmittelverband)	
Adresse / Website	Storgatan 19 114 51 Stockholm Schweden https://www.livsmedelsforetagen.se/
Kontakt	E-Mail: info@li.se Tel.: +46 (0)8 762 65 00
Profil	Der schwedische Lebensmittelverband ist eine Arbeitgeber- und Branchenorganisation für Unternehmen, die in Schweden Lebensmittel und Getränke produzieren.

