



Ländersteckbrief

E-Commerce - SPANIEN



Industrie- und Handelskammern
in Bayern



Arbeitsgemeinschaft der
bayerischen Handwerkskammern

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie



Was sind die Eckdaten des E-Commerce in Spanien? Wie lässt sich das landestypische Online-Konsumverhalten zusammenfassen?¹

Eckdaten:

- Marktvolumen B2C: 40,57 Mrd. € (2022)²
- Marktvolumen B2B: 45,56 Mrd. € (2021), (nur physische Güter)

- 6,64 % des Bruttoinlandsprodukts (BIP) wurde 2021 bereits durch E-Commerce erwirtschaftet, es wird ein durchschnittliches Jahreswachstum bis 2025 von 14,14 % erwartet.

Wachstumsprognosen:

- Marktvolumen B2C: 59,74 Mrd. € (2025)
- Marktvolumen B2B: 76,93 Mrd. € (2025), (nur physische Güter)

- Der durchschnittliche Nutzer gibt etwa 1.258 € im Jahr für Online-Einkäufe aus.
- Gilt hinter Deutschland, UK und Frankreich als viertgrößter B2C Markt.
- Wichtig für Kaufentscheidung der Konsumenten sind:

- Größerer Onlinehändler und Unternehmensketten, als kleine, lokale Shops.
- Preisgünstiges Angebot.
- Keine Lieferkosten.
- Keine Kosten bei Umtausch oder Rückgabe.
- Gute Referenzen und Rezensionen anderer Konsumenten.

Eckdaten des Gesamtmarkts (B2C & B2B)

Marktvolumen B2C:	40,57 Mrd. € (2022)
Marktvolumen B2B:	45,56 Mrd. € (2021)

Wachstumsprognosen:

Marktvolumen B2C:	59,74 Mrd. € (2025)
Marktvolumen B2B:	76,93 Mrd. € (2025)

Verkaufssaisonen (Spezifische Shopping-Days?)

Sommer-Saison:

Vom 21. Juni bis 31 August

Black Friday:

Erster Freitag nach dem amerikanischen Erntedankfest (Thanksgiving) - 25.11.2022

Cyber Monday:

Am ersten Montag nach dem Black Friday, 28.11.2022

Was sind landesspezifische Merkmale des Online-Handels in Spanien? Gibt es einen nationalen E-Commerce-Markt oder wird viel in ausländischen Shops eingekauft?

- **B2C:** Bedingt durch die Pandemie haben circa 70 % der Bürger Artikel online bestellt, die sie vorher in einem physischen Laden gekauft haben.
 - Über 90 % des Umsatzes im B2C- Bereich werden auf heimischen Plattformen generiert.
- **B2B:** Bereits 2020 wurden 54 % aller B2B Einkäufe 2020 online getätigt. Der Einkauf durch persönliche Ansprechpartner hat im spanischen Markt stark abgenommen.
- Generell kaufen spanische Konsumenten lieber bei großen Unternehmen und Ketten ein als bei kleineren und lokalen Shops.

¹ Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Steckbrief das generische Maskulinum genutzt, um alle Geschlechter anzusprechen und zu inkludieren.

² Währungsumrechnung vom 15.08.2022

<https://www.oanda.com/currency-converter/de/?from=EUR&to=USD&amount=1>

Was sind die Top-Warengruppen, die über den E-Commerce verkauft werden? (B2C vs. B2B) Welche digitalen Verkaufskanäle werden genutzt? Was sind die Trends?

Warengruppen: (nach Relevanz geordnet)

■ B2C:

- Bekleidung (27 %)
- Elektronik und Medien (25 %)
- Nahrungsmittel und Körperpflege (19 %)
- Unterhaltung (17 %)
- Einrichtungen und Haushaltsartikel (11 %)

■ B2B:

- Automotive & Transport-, sowie Autoersatzteile
- Konsumgüter und pharmazeutische Produkte

Trends:

- Die meisten Online-Einkäufe werden über das Smartphone getätigt, gefolgt von Laptops und PCs. Daher werden Online-Shops, die Apps anbieten, immer beliebter.
- Bekleidung, Reisen und Unterkünfte, so Prognosen, sollen die am meisten konsumierten Warengruppen bleiben.
- Ein Trend hin zu ökologisch nachhaltigeren Produkten, Unternehmen oder Liefermodalitäten ist nicht zu erkennen ebenso wenig wie eine höhere Zahlungsbereitschaft für nachhaltige Produkte.

Wichtigste Marktplätze / Plattformen (geordnet nach Relevanz im Zielmarkt):

PLATTFORMEN IM B2C-BEREICH	PLATTFORMEN IM B2B-BEREICH
Amazon Spanien: 🔗 amazon.es (5,17 Mrd. €)	Alibaba: 🔗 https://seller.alibaba.com/pages/spainevent
Elcorteingles.es: 🔗 https://www.elcorteingles.com/ (2,145 Mrd. €)	Amazon Business Spanien: 🔗 https://business.amazon.es/
PC Componentes: 🔗 https://www.pccomponentes.com (703,1) Mio. €)	FOBSupplier: 🔗 https://spain.fobsupplier.com/
Media Markt: 🔗 mediamarkt.es (665 Mio. €)	Kompass: 🔗 https://es.kompass.com/en
Carrefour: 🔗 https://www.carrefour.com/ (635,7 Mio. €)	

Über welche Kanäle wird Online-Marketing betrieben? Welche Suchmaschinen werden benutzt?

Social Media Plattformen:

- Viele junge Unternehmen nutzen Direct-to-Client (DTC)-Vertriebskanäle, d.h. die direkte Ansprache der Endkunden durch das Unternehmen über Social Media Plattformen sowie über Kooperationen mit zielgrupperelevanten Influencern.
- Meistgenutzte Social Media Plattformen sind Youtube, Instagram und Facebook:
 - Youtube: <https://www.youtube.com/> (40,7 Mio. Nutzer)
 - Instagram: <https://www.instagram.com/> (22,9 Mio. Nutzer)
 - Facebook: <https://www.facebook.com/> (20,2 Mio. Nutzer)
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/> (14 Mio. Nutzer)
 - TikTok: <https://www.tiktok.com/> (13,7 Mio. Nutzer)
 - Facebook Messenger: <https://www.messenger.com/> (9,25 Mio. Nutzer)
 - Twitter: <https://twitter.com/?lang=en> (8,8 Mio. Nutzer)
 - Pinterest: <https://www.pinterest.de/> (7 Mio. Nutzer)

Optimierung von Onlinepräsenz: Search Engine Marketing (SEM):

- Search Engine Optimization (SEO)
- Search Engine Advertisement (SEA)
- Im Jahr 2020 wurden Kaufentscheidungen mittels folgender Plattformen getätigt:
 - Online-Marktplätze: 70 %
 - Laden-Websites: 51 %
 - Suchmaschinen: 49 %

Onlinesuchmaschinen B2C: (geordnet nach Relevanz im Zielmarkt)

- Google: <https://www.google.com/> (91,4 %)
- Bing: <https://www.bing.com/> (3,3 %)
- Yandex: <https://yandex.com/> (1,5 %)
- Yahoo!: <https://www.yahoo.com> (1,3 %)

Onlinesuchmaschinen B2C: (geordnet nach Relevanz im Zielmarkt)

- Business: <https://www.business.com/>
- Alibaba: <https://www.alibaba.com/>
- Bevor ein Einkauf im B2C-Bereich getätigt wird, informieren sich Konsumenten darüber und vergleichen Produkte hauptsächlich auf Online-Marktplätzen.

Wie wichtig ist Social Media für Online-Marketing und Vertrieb? Welche digitalen sozialen Netzwerke werden verwendet?

- Spanische Konsumenten legen sehr viel Wert auf Marketing durch Social Media. Ein Drittel aller spanischen Firmen betreiben ihre eigenen Social-Media-Kanäle mit regelmäßigen Veröffentlichungen.
- Online-Marketing und Vertrieb spielt im B2C-Bereich eine wesentliche Rolle:
 - 80 % der Konsumenten geben an, dass deren Kaufentscheidung durch Social Media beeinflusst wird.
 - Konsumenten, die im Durchschnitt einmal in der Woche online einkaufen, werden besonders durch Social Media beeinflusst.
 - Weitere Online Marketing Tools, die einen besonderen Effekt auf Konsumenten im E-Commerce Bereich haben, sind Online-Werbungen (target ads) und Erwähnungen in Podcasts.
- Die folgenden digitalen sozialen Netzwerke werden für Vertrieb und Marketing genutzt.
Die Anteile ergeben sich aus der Nutzung der Unternehmen, die bereits auf dem E-Commerce Markt vertreten sind und soziale Netzwerke für deren Marketing und Vertrieb nutzen.
 - Facebook: <https://www.facebook.com/> (68 %)
 - Instagram: <https://www.instagram.com/> (52 %)
 - Twitter: <https://twitter.com/?lang=en> (40 %)
 - Whatsapp: <https://www.whatsapp.com/?lang=es> (35 %)
 - YouTube: <https://www.youtube.com/> (30 %)
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com> (22 %)
 - Telegram: <https://telegram.org/> (20 %)
 - TikTok: <https://www.tiktok.com/discover/tiktok-spain?lang=en> (14 %)

Bei welchen Warengruppen gibt es Besonderheiten in der Logistik im Zielmarkt?

- Im Besonderen schwierig auf den Inseln Sizilien und Sardinien, da hier das Logistiknetzwerk von kleineren Logistikunternehmen dominiert wird.
 - Correos: <https://www.correos.es/es/es/empresas> (28 %)
 - SEUR: <https://www.seur.com/es/index.html> (21 %)
 - UPS: <https://www.ups.com/es/en/Home.page> (18 %)
- Wichtige Informationen für den Import von Waren werden ebenfalls durch die spanische Postbehörde Correos veröffentlicht:
<https://www.correos.es/es/en/companies>.
- Aufgrund der infrastrukturellen Herausforderungen, gerade im ländlichen Bereich Spaniens, muss eventuell mit Lieferverspätungen gerechnet werden; große Umschlagplätze sind Madrid, Barcelona, Alicante, Bilbao, und Valencia.
- Für den Import von Lebensmitteln muss das Unternehmen in dem allgemeinen Gesundheitsregister [Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos \(RGSEAA\)](#) vermerkt sein.
- Für den Import entzündlicher, giftiger und explosiver Güter wird empfohlen mit lokalen Transportunternehmen zusammen zu arbeiten, die die aktuellen Bestimmungen für den Transport solcher Güter einhalten.
- Für folgende Produkte gelten darüber hinaus weitere Beschränkungen:
Juwelen und kostbare Gegenstände, Chemische Produkte, Textilwaren.

Welche Bezahlungsfunktionen sollte angeboten werden? Was sind die gängigsten Zahlungsdienstleister?

- Onlinebezahlungsmethoden, wie z.B. Paypal und Kreditkartenzahlungen werden am häufigsten genutzt.
- Häufig genutzte Online-Zahlungsmethoden:
 - Kredit- und Debitkarten (51 % der Online-Einkäufe)
 - E-Wallet Methoden (40 %), die beliebteste ist hierbei PayPal (<https://www.paypal.com/>), aber auch andere Anbieter werden genutzt, wie:
 - ▶ Applepay: <https://www.apple.com/de/apple-pay/>
 - ▶ Googlepay: https://pay.google.com/intl/de_de/about/
 - ▶ Klarna: <https://www.klarna.com/de/>
 - ▶ BIZUM: <https://bizum.es/en/>
 - Lieferung gegen Nachname: (2 %)

Welche rechtlichen Aspekte sind wichtig für den E-Commerce in Spanien? Gibt es Besonderheiten im Vergleich zu Deutschland? Was ist im Bereich Steuern zu beachten?

- Neben einer Steuernummer für das Unternehmen ist in Spanien auch eine persönliche Steuernummer, die sogenannte N.I.E., für den Geschäftsführer oder Inhaber notwendig. Spanien hat im Vergleich zu Deutschland höhere Anforderungen für den Registrierungsprozess von Firmen. Steuerliche Informationen können bei der Steuerbehörde eingesehen werden: https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/en_gb/inicio.html
- „Point and Click“ Verträge sind in Spanien ohne Weiteres wirksam, solange der Kunde vollständig und korrekt über alle Bedingungen und Spezifikationen des Vertrags aufgeklärt wurde.
- Es wird empfohlen die AGB, Webshop und die an den Verbraucher weitergegebenen Informationen durch einen spezialisierten Rechtsanwalt auf die Vereinbarkeit mit den spanischen Vorschriften prüfen zu lassen. Bei Verletzung dieser Vorschriften ist mit Geldbußen zu rechnen.
- Aktuell beläuft sich die Lieferschwelle in Spanien auf 10.000 Euro (Netto-Verkäufe) für indirekten B2C E-Commerce.
- Für Unternehmen, die eine innergemeinschaftliche Mehrwertsteuernummer haben, fällt bei dem Import keine Mehrwertsteuer an.
- Die Kanarischen Inseln, Ceuta und Melilla sind steuer- und zollrechtliche Sondergebiete innerhalb der Europäischen Union.

Bei welchen Themen sollte man im spanischen E-Commerce besonders sorgfältig sein? Wo liegen die größten Stolperfallen?

- Wenn ein Online-Shop speziell auf spanische Kunden zugeschnitten ist, sind somit alle Rechtstexte auf Spanisch erforderlich (AGB, Widerrufsbelehrung, Impressum, Datenschutz). Es kann aber weiterhin das deutsche Recht vereinbart werden.
- Versandkosten müssen klar angegeben werden, hierbei ist zu beachten, dass Spanien auch aus weit entfernten Inseln besteht (z.B. Kanarische Inseln) bei denen höhere Kosten anfallen können. Formulierungen wie „Versandkosten auf Anfrage“ sind nicht erlaubt.
- Nach Gesetz Nr. 11 vom 24.04.1997 sind Verpacker und Händler (auch Online-Händler) verpflichtet bestimmte Regeln zu Wiederverwertung und Recycling einzuhalten. Zusätzlich müssen jegliche Elektrogeräte und -zubehör im RAEE-REI-Register eingetragen sein. Auch müssen entweder Richtlinie 2012/19/EU oder die WEEE-Richtlinie für Elektromüll eingehalten werden.

Ansprechpartner in Spanien:

Deutsche Handelskammer für Spanien

🌐 Website: <https://www.ahk.es/>

Adresse:

Avenida Pio XII, 26-28

28016 Madrid

@ E-Mail: madrid@ahk.es

☎ Telefon: +34 (0) 91 353 09 10

Impressum:

Verleger und Herausgeber:

BIHK Service GmbH

Gertrud Oswald

Max-Joseph-Straße 2

80333 München

☎ 0911 23386-3

@ info@awz-bayern.de

🌐 www.international.bihk.de

Ansprechpartner:

Ina Knausenberger

Referentin Europa, Südostasien,

Australien/Neuseeland

☎ 089 5116-1473

@ knausenberger@muenchen.ihk.de

Verfasser:

AHP International GmbH & Co. KG

Goethestraße 8

69115 Heidelberg

Franziska Wegerich

Senior Manager & Head of Public Trade Services

@ E-Mail: wegerich@ahp-international.com

Michèle Benker

Consultant

@ E-Mail: benker@ahp-international.com

Leon Hoberg

Project Assistant

@ E-Mail: hoberg@ahp-international.com

Bildnachweis: Titel: [chayanuphol/shutterstock](https://www.shutterstock.com/de/image-photo/businessman-holding-future-world-metaverse-internet-2087129305)

<https://www.shutterstock.com/de/image-photo/businessman-holding-future-world-metaverse-internet-2087129305>

Stand: September 2022

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.