



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
ΝΤΥΣΣΕΛΝΤΟΡΦ
Γραφείο Οικονομικών
και Εμπορικών Υποθέσεων

Η γερμανική αγορά Ζαχαρωδών και Snacks



ΙΟΥΝΙΟΣ 2026

Περιεχόμενα

1.	Επιτελική Σύνοψη	3
2.	Γενική Εικόνα της Αγοράς	4
2.1	Μέγεθος & Αξία Αγοράς	4
2.2	Δομή της γερμανικής βιομηχανίας ζαχαρωδών	4
2.3	Εγχώρια Παραγωγή	5
i)	Σοκολάτα	8
ii)	Αρτοσκευάσματα	8
iii)	Ζαχαρώδη χωρίς κακάο	8
iv)	Αλμυρά σνακ	9
v)	Ξηροί Καρποί & Φρούτα	9
vi)	Παγωτό & Διατηρημένα Αρτοσκευάσματα	9
3.	Καταναλωτικές Προτιμήσεις & Τάσεις	10
3.1	Καταναλωτικές δαπάνες	10
3.2	Καταναλωτικές προτιμήσεις	11
3.3	Καταναλωτικές τάσεις	12
i)	Υγεία & Wellness	12
ii)	Premiumization	13
iii)	Βιωσιμότητα & Ηθική Παραγωγή	14
iv)	Plant-Based & Vegan	14
v)	On-the-Go & Snacking Occasions	15
vi)	Καινοτομία Γεύσεων & Υφών	15
4.	Κανάλια Διανομής	17
i)	Discounters: το ισχυρότερο κανάλι σε όγκο και αξία	17
ii)	Supermarkets: βασικό κανάλι για επώνυμα και διαφοροποιημένα προϊόντα	17
iii)	Hypermarkets και καταστήματα μαζικής λιανικής	17
iv)	Drugstores: σημαντικό δευτερεύον κανάλι για βιολογικά και υγιεινά προϊόντα	18
v)	Convenience (πρατήρια, περίπτερα και vending)	18
vi)	E-commerce: αναπτυσσόμενο αλλά όχι ακόμη κυρίαρχο για τρόφιμα	18
vii)	Χονδρεμπόριο, Cash & Carry και HoReCa	18
5.	Εξωτερικό εμπόριο Γερμανίας	19
5.1	Εισαγωγές Γερμανίας	19
i)	Προϊόντα σοκολάτας (ΚΣΟ 1806)	20
ii)	Ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο (ΚΣΟ 1704)	23
iii)	Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (ΚΣΟ 1905)	26
iv)	Ξηροί καρποί	30
v)	Παγωτό (ΚΣΟ 2105)	40
5.2	Εξαγωγές Γερμανίας	43
6.	Ελληνικές εξαγωγές ζαχαρωδών προϊόντων στη Γερμανία	45
7.	Συμπεράσματα	47

1. Επιτελική Σύνοψη

Η γερμανική αγορά ζαχαρωδών και snacks αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες και πλέον ώριμες αγορές της Ευρώπης, με υψηλή κατανάλωση, ισχυρή εγχώρια παραγωγική βάση και έντονο ανταγωνισμό. Η σοκολάτα παραμένει ο βασικός πυλώνας του κλάδου, ενώ σημαντική θέση κατέχουν επίσης τα αρτοσκευάσματα, τα ζαχαρώδη χωρίς κακάο, τα αλμυρά snacks, οι ξηροί καρποί και το παγωτό.

Η αγορά χαρακτηρίζεται από μετατόπιση της ζήτησης προς προϊόντα που συνδυάζουν απόλαυση, ποιότητα και λειτουργικότητα. Οι βασικές τάσεις αφορούν την υγεία και το wellness, τη μειωμένη περιεκτικότητα σε ζάχαρη, τα clean-label, βιολογικά, vegan και plant-based προϊόντα, καθώς και τη βιωσιμότητα, την ηθική παραγωγή και την premiumization.

Τα κανάλια διανομής παραμένουν ιδιαίτερα απαιτητικά, με τους discounters να διατηρούν κυρίαρχη θέση και τα supermarkets να αποτελούν βασικό πεδίο διάθεσης επώνυμων, premium και διαφοροποιημένων προϊόντων. Παράλληλα, τα drugstores και το ηλεκτρονικό εμπόριο ενισχύονται σταδιακά, ιδίως για προϊόντα υγιεινής διατροφής, ειδικών προδιαγραφών και υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Για τις ελληνικές επιχειρήσεις, η Γερμανία αποτελεί αγορά υψηλής προτεραιότητας, με προοπτικές σε προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής και μπισκοτοποιίας, snacks με ξηρούς καρπούς και σταφίδα, καθώς και σε διαφοροποιημένες προτάσεις με μεσογειακή ταυτότητα. Η επιτυχής τοποθέτηση προϋποθέτει ανταγωνιστική τιμολόγηση, σταθερή ποιότητα, κατάλληλες πιστοποιήσεις, προσαρμοσμένη συσκευασία και σαφή εμπορική αφήγηση που να αναδεικνύει την αυθεντικότητα και την προστιθέμενη αξία του ελληνικού προϊόντος.

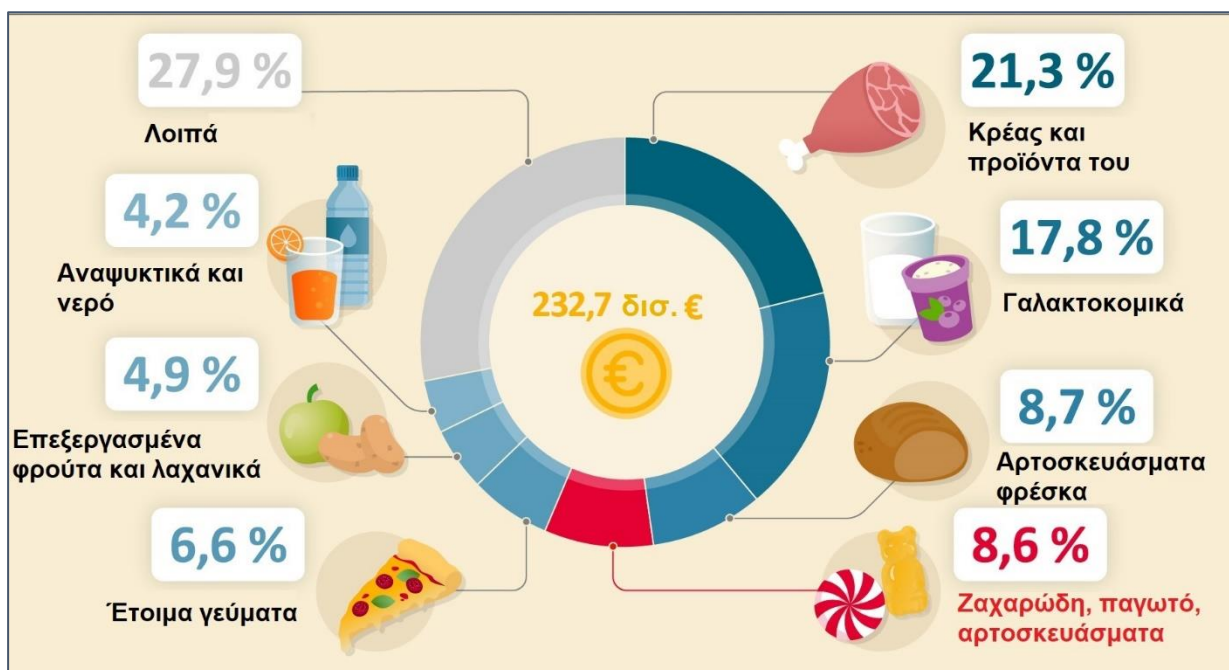
2. Γενική Εικόνα της Αγοράς

2.1 Μέγεθος & Αξία Αγοράς

Τα συνολικά έσοδα της αγοράς ζαχαρωδών και snacks στη Γερμανία ανήλθαν σε €22,56 δισ. το 2024, με προβλεπόμενη ετήσια ανάπτυξη ~3,4% έως το 2029, οπότε αναμένεται να φτάσει τα €2,99 δισ. kg σε όγκο.

Η Γερμανία αντιπροσωπεύει περίπου το 4,2% της παγκόσμιας αγοράς snacks και κατέχει ηγετική θέση στην Ευρώπη. Ο κλάδος των ζαχαρωδών και σνακ αποτελεί τον τέταρτο μεγαλύτερο τομέα στη βιομηχανία τροφίμων της Γερμανίας, με μερίδιο 8,6% επί του συνολικού κύκλου εργασιών, ο οποίος υπολογίζεται για το 2024 σε 232,7 δισ. ευρώ.

Μερίδιο επιμέρους κλάδων της βιομηχανίας τροφίμων, 2024



Πηγή: BDSI

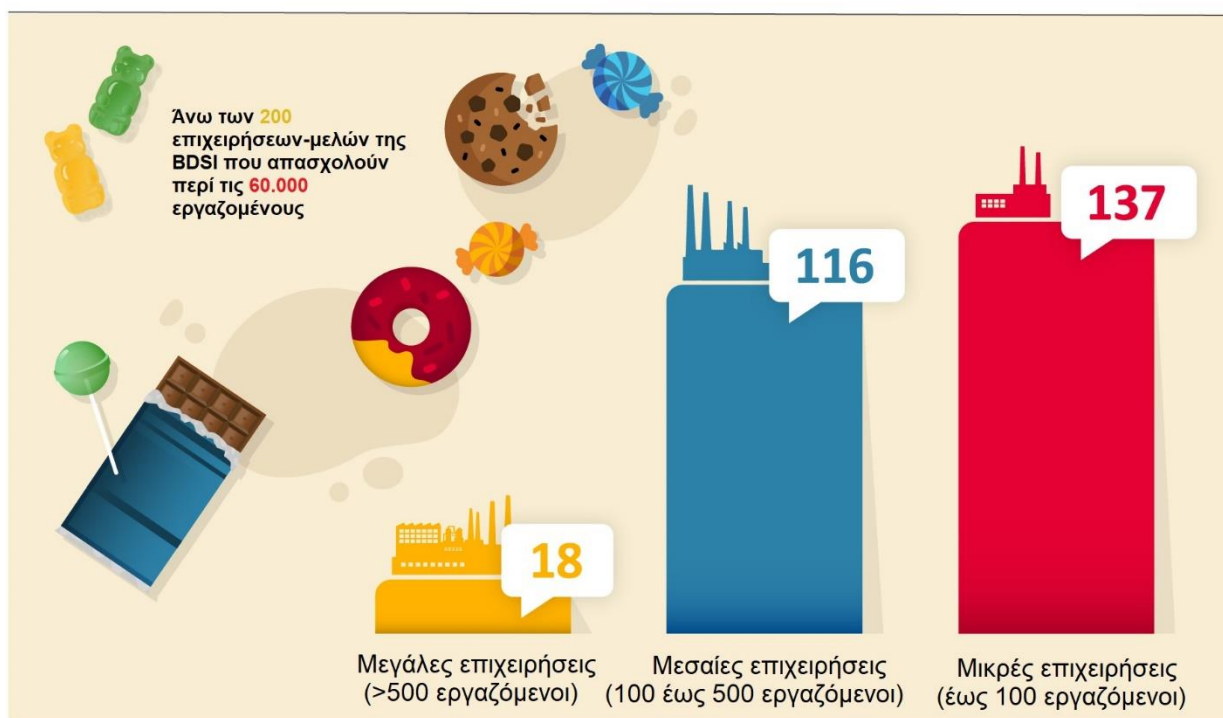
Η κατά κεφαλήν δαπάνη αγγίζει τα €271 ανά άτομο ετησίως, ενώ ο μέσος όγκος κατανάλωσης ανά άτομο εκτιμάται σε 33,0 kg το 2024.

2.2 Δομή της γερμανικής βιομηχανίας ζαχαρωδών

Ο τομέας παραγωγής ζαχαρωδών προϊόντων της Γερμανίας είναι ένας από τους δυναμικότερους κλάδους της εγχώριας βιομηχανίας τροφίμων με περισσότερες από 200 εταιρείες παραγωγής ζαχαρωδών προϊόντων που απασχολούν 60.000 περίπου εργαζόμενους, και με αξία παραγωγής που καταγράφει συνεχείς αυξήσεις.

Η γερμανική αγορά ζαχαρωδών και σνακ χαρακτηρίζεται από ισχυρή παρουσία τόσο μεγάλων πολυεθνικών ομίλων όσο και αξιόλογων μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Σύμφωνα με στοιχεία της Ομοσπονδιακής Ένωσης της Βιομηχανίας Ζαχαρωδών της Γερμανίας (BDSI), ο κλάδος αποτελείται από 18 μεγάλες επιχειρήσεις (με άνω των 500 εργαζομένων), 116 μεσαίες επιχειρήσεις (100 έως 500 εργαζόμενοι) και 137 μικρές επιχειρήσεις (λιγότεροι από 100 εργαζόμενοι).

Δομή της γερμανικής βιομηχανίας ζαχαρωδών - Μεγέθη επιχειρήσεων



Πηγή: BDSI

Ο ηγέτης της αγοράς snacks συνολικά για το 2025 είναι η Ferrero, χάρη στο ευρύ χαρτοφυλάκιό της (Kinder, Nutella & GO, Hanuta, Duplo, Tic Tac). Οι πιο σημαντικές γερμανικές επιχειρήσεις του τομέα είναι:

- Ferrero: Kinder, Nutella & GO, Hanuta, Duplo, Tic Tac.
- Mondelez International: Milka, Oreo, BelVita, Toblerone, Halls, Cadbury.
- Mars: M&M's, Twix, Snickers, Maltesers.
- Ritter Sport / Lindt: Ritter Sport, Lindt & Sprüngli — premium και artisanal τμήμα.
- Haribo: Gummy bears (global leader σε sugar confectionery).
- Storck (August Storck KG): Toffifee, Nimm 2, Werther's Original, Knoppers.
- Intersnack Group: Chio chips, Pop Chips, Pom-Bär — ηγέτης στα αλμυρά σνακ στη Γερμανία.
- PepsiCo / Frito-Lay: Lay's, Doritos, Cheetos, Ruffles.
- Nestlé: KitKat, After Eight — σημαντική παρουσία στη σοκολάτα.

2.3 Εγχώρια Παραγωγή

Η Γερμανία είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός σοκολάτας στην ΕΕ, μπροστά από Ιταλία, Γαλλία και Βέλγιο. Σύμφωνα με στοιχεία της Ομοσπονδιακής Ένωσης της Βιομηχανίας Ζαχαρωδών της Γερμανίας (BDSI), η αξία της εγχώριας παραγωγής ανήλθε σε 17,1 δισ. ευρώ, έχοντας καταγράψει αύξηση 4% σε σχέση με το 2023. Για το 2025, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Ένωσης, αναμένεται σημαντική αύξηση κατά 8,7% της αξίας της παραγωγής, η οποία εκτιμάται ότι θα διαμορφωθεί σε 18,6 δισ. ευρώ.

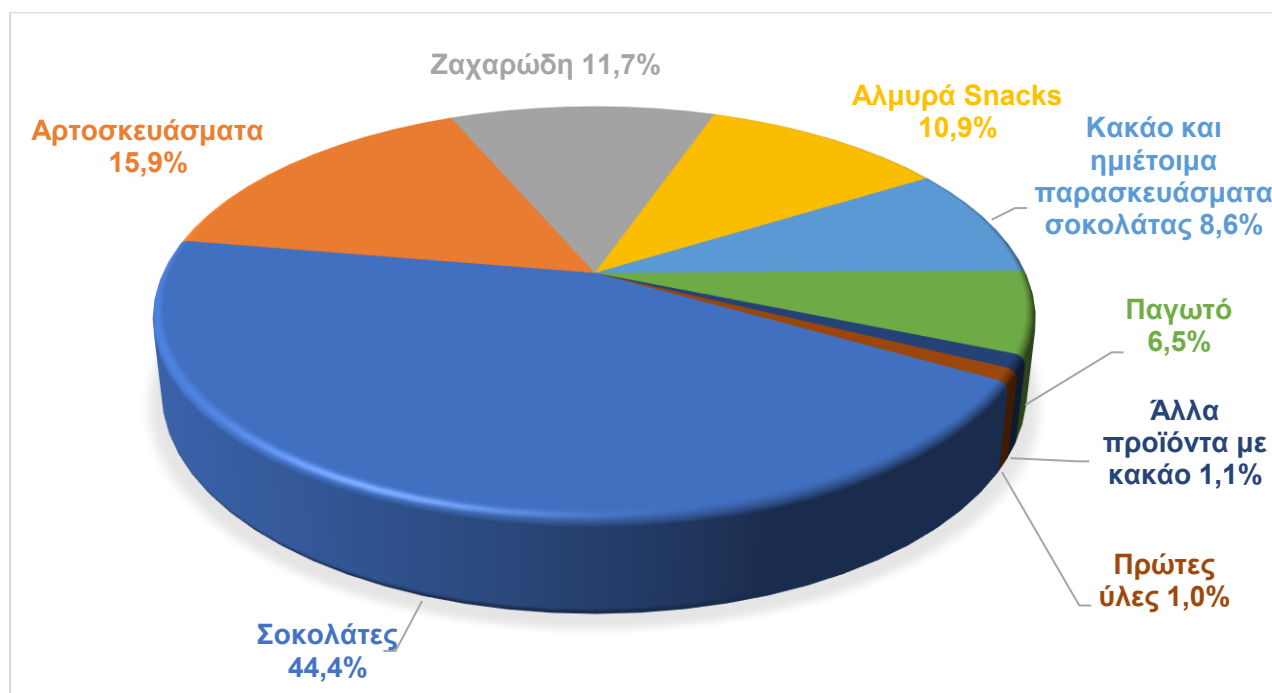
Αξία παραγωγής ζαχαρωδών προϊόντων στη Γερμανία 2025 (σε εκ. €)

Κατηγορία προϊόντος	2025*	2024	2023	Μεταβολή 2025/2024	Μερίδιο 2025
Σοκολάτες	8.260,0	7.348,0	7.045,1	12,4%	44,4%
Κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	1.610,0	1.193,0	878,5	35,0%	8,6%
Άλλα προϊόντα με κακάο	200,0	170,7	138,7	17,2%	1,1%
Ζαχαρώδη	2.180,0	2.224,2	2.358,6	-2,0%	11,7%
Αρτοσκευάσματα	2.963,0	2.918,7	2.777,1	1,5%	15,9%
Αλμυρά Snacks	2.022,0	1.970,9	2.009,1	2,6%	10,9%
Παγωτό	1.210,0	1.165,3	1.120,5	3,8%	6,5%
Πρώτες ύλες	179,0	148,0	150,3	20,9%	1,0%
Σύνολο	18.624,0	17.138,9	16.479,7	8,7%	100,0%

Πηγή: BDSI, * εκτιμήσεις

Ειδικότερα, όπως απεικονίζεται κατωτέρω, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Ένωσης, το 2025 το μεγαλύτερο ποσοστό (44,4%) αφορούσε στην παραγωγή προϊόντων σοκολάτας, ενώ τη δεύτερη θέση κατέχουν τα αρτοσκευάσματα (15,9%) και ακολουθούν τα ζαχαρώδη (11,7%), τα αλμυρά σνακ (10,9%), το κακάο και τα ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας (8,6%) και το παγωτό (6,5%).

Μερίδιο παραγόμενων ζαχαρωδών προϊόντων στη Γερμανία ανά κατηγορία, 2025 (σε αξία)



Πηγή: BDSI

Αντίθετα, από την πλευρά της ποσότητας, η εγχώρια παραγωγή ζαχαρωδών και σνακ καταγράφει συνεχείς μειώσεις, αποδεικνύοντας ότι η αύξηση της αξίας οφείλεται σε αυξήσεις των τιμών. Το 2024, η εγχώρια παραγωγή διαμορφώθηκε σε 4,13 εκ. τόνους, έχοντας μειωθεί κατά 3,7% σε σχέση με το 2023. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Ένωσης, το 2025 αναμένεται περαιτέρω μείωση της παραγόμενης ποσότητας κατά 5,3%, σε 3,9 εκ. τόνους.

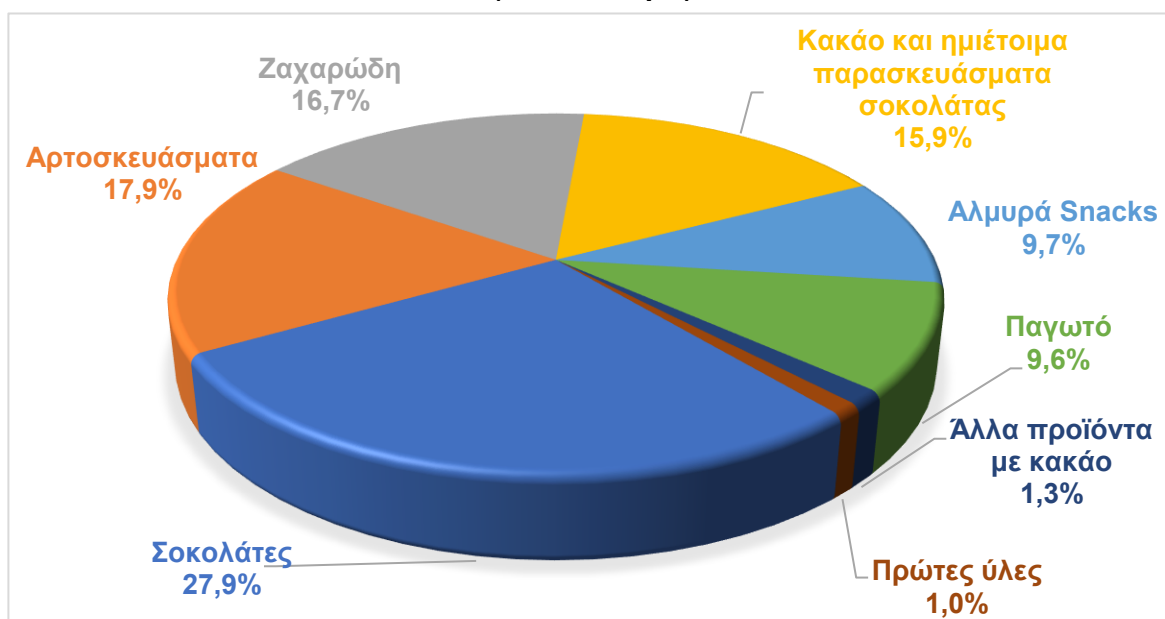
Παραγόμενη ποσότητα ζαχαρωδών προϊόντων στη Γερμανία 2025 (σε χιλ. t)

Κατηγορία προϊόντος	2025*	2024	2023	Μεταβολή 2025/2024	Μερίδιο 2025
Σοκολάτες	1.090,0	1.171,3	1.250,1	-6,9%	27,9%
Κακάο και ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας	621,0	730,8	760,5	-15,0%	15,9%
Άλλα προϊόντα με κακάο	50,0	47,4	41,4	5,5%	1,3%
Ζαχαρώδη	653,0	652,5	692,7	0,1%	16,7%
Αρτοσκευάσματα	701,0	731,9	756,9	-4,2%	17,9%
Αλμυρά Snacks	380,0	380,3	366,7	-0,1%	9,7%
Παγωτό	375,0	379,1	382,9	-1,1%	9,6%
Πρώτες ύλες	39,0	36,2	39,5	7,7%	1,0%
Σύνολο	3.909,0	4.129,3	4.288,0	-5,3%	100,0%

Πηγή: BDSI, * εκτιμήσεις

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της BDSI, το 2025, από πλευράς ποσότητας, το μεγαλύτερο μερίδιο στην παραγωγή κατέχουν οι σοκολάτες με ποσοστό 27,9%, και ακολουθούν τα αρτοσκευάσματα (17,9%), τα ζαχαρώδη (16,7%), το κακάο και τα ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας (15,9%), τα αλμυρά σνακ (9,7%) και το παγωτό (9,6%).

Μερίδιο παραγόμενων ζαχαρωδών προϊόντων στη Γερμανία ανά κατηγορία, 2025 (σε ποσότητα)



Πηγή: BDSI

i) Σοκολάτα

Η σοκολάτα αποτελεί αδιαμφισβήτητη τον πυλώνα της γερμανικής αγοράς ζαχαρωδών. Η αξία της αγοράς εκτιμάται σε \$10,4–11,4 δισ. το 2024, με αναμενόμενο CAGR ~4,1–5,2% έως το 2030/2031. Κατέχει μερίδιο ~58,8% των λιανικών πωλήσεων ζαχαρωδών μέσω καταστημάτων.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της BDSI, το 2025 η παραγωγή σοκολάτας σημείωσε σημαντική άνοδο 12,7% σε όρους αξίας και διαμορφώθηκε σε 8,3 δισ. ευρώ. Ωστόσο, σε όρους ποσότητας η παραγωγή κατέγραψε πτώση της τάξης του 6,9% και ανήλθε σε 1,1 εκ. τόνους σοκολάτας.

ii) Αρτοσκευάσματα

Η κατηγορία των αρτοσκευασμάτων αποτελεί τη δεύτερη σημαντικότερη κατηγορία του τομέα. Η εγχώρια παραγωγή το 2025 ανήλθε σε 3 δισ. ευρώ, αυξημένη κατά 1,5%, αντιπροσωπεύοντας το 15,9% του συνόλου της αγοράς. Σε όρους ποσότητας καταγράφηκε μείωση 4,2% της παραγωγής, η οποία διαμορφώθηκε σε 701 χιλ. τόνους.

Τα αρτοσκευάσματα (baked goods, cookies, sweet biscuits, snack bars) αποτελούν σταθερά δημοφιλή κατηγορία: το 84% των Γερμανών καταναλώνει μπισκότα, αν και ο όγκος πωλήσεων γλυκών μπισκότων παρουσιάζει ελαφρά συρρίκνωση. Αναπτύσσεται ταχύτατα η ζήτηση για baked snacks με υγιεινότερη εικόνα (ολικής αλέσεως, legumes, clean-label). Τα snack bars και οι μπάρες δημητριακών αναπτύσσονται ταχύτερα από τα παραδοσιακά μπισκότα.

Βασικά brands αποτελούν τα Bahlsen, Leibniz, McVitie's, Mondelēz (Oreo, BelVita), Griesson, Dr. Oetker, Nestlé.

iii) Ζαχαρώδη χωρίς κακάο

Η Γερμανία είναι η μεγαλύτερη αγορά ζαχαρωδών χωρίς κακάο στην Ευρώπη. Τα ζαχαρώδη χωρίς κακάο — ζελεδάκια, γλυκόριζα, καραμέλες, μέντες — αποτελούν την τρίτη μεγαλύτερη κατηγορία. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της BDSI, οι κατασκευαστές ζαχαρωδών και διαφόρων ειδών ζαχαροπλαστικής σημείωσαν αρνητική εξέλιξη το 2025. Σε σύγκριση με το 2024, η παραγωγή ζαχαρωδών προϊόντων ανήλθε σε περίπου 2,18 δισ. €, μειωμένη κατά 2% σε σχέση με το 2024, με τον όγκο παραγωγής να παραμένει σχεδόν στο ίδιο επίπεδο με πέρυσι (653 χιλ. τόνοι).

Τα ζελεδάκια αρκουδάκια (Gummy Bears) της Haribo αποτελούν παγκόσμιο εμβληματικό προϊόν με καταγωγή από τη Γερμανία. Οι λιανικές πωλήσεις ζαχαρωδών αυξήθηκαν κατά 3,6% ετησίως 2019–2023, με αναμενόμενη αύξηση 2,3% ετησίως το διάστημα 2024–2028.

Σημαντική τάση αποτελεί η κυκλοφορία vegan ζελεδακιών (χωρίς ζελατίνη), ανταποκρινόμενα στη ζήτηση του vegan πληθυσμού (3,8%) και των καταναλωτών 16–34 ετών που δηλώνουν ενδιαφέρον για vegan προϊόντα (23%).

Βασικά brands είναι τα Haribo, Trolli, Storck (Nimm2, Toffifee), Ricola, Perfetti Van Melle (Mentos, Chupa Chups), Werther's Original.

iv) Αλμυρά σνακ

Η θετική τάση των προηγούμενων ετών συνεχίστηκε και το 2025 για τους παραγωγούς αλμυρών σνακ. Σύμφωνα με εκτιμήσεις της BDSI, η αξία της παραγωγής αυξήθηκε κατά 2,6% και διαμορφώθηκε σε 2 δισ. ευρώ, ενώ ο όγκος παραγωγής παρέμεινε σχεδόν αμετάβλητος (380 χιλ. τόνοι).

Τα αλμυρά σνακ αποτελούν τον δυναμικότερο τομέα της αγοράς ζαχαρωδών και snacks. Με ετήσιο ρυθμό αύξησης CAGR 5,0% κατά το διάστημα 2019-2024. Τα πατατάκια (chips/crisps) κυριαρχούν στην κατηγορία με μερίδιο ~43,2%. Οι ξηροί καρποί και τα σπόρια αναμένεται να αναπτυχθούν ταχύτερα, καθώς 25% των Γερμανών που αναζητούν πιο υγιεινές επιλογές σνακ επιλέγουν προϊόντα χαμηλή ή μειωμένης περιεκτικότητας σε αλάτι. Η ζήτηση για ψημένα (baked) snacks, πατατάκια λαχανικών (vegetable crisps) και σνακ οσπρίων (legume-based snacks) αυξάνεται ταχύτατα. Τα σημαντικότερα brands σε αυτό το κομμάτι της αγοράς είναι τα Intersnack (Chio), Lay's/PepsiCo, Mondelēz, Lorenz Snack-World, KP Snacks.

v) Ξηροί Καρποί & Φρούτα

Οι ξηροί καρποί αποτελούν τη μεγαλύτερη κατηγορία στην αγορά healthy snacks: το 2023, το τμήμα αποξηραμένα φρούτα, καρποί και σπόροι είχε μερίδιο 38,85% στην αγορά healthy snacks. Η κατηγορία τροφοδοτείται από τις τάσεις υγιεινής διατροφής, το plant-based snacking και τη ζήτηση για on-the-go επιλογές. Τα snack nuts & seeds αναμένεται να έχουν τον ταχύτερο ρυθμό ανάπτυξης εντός της ευρύτερης αγοράς αλμυρών σνακ έως το 2033.

vi) Παγωτό & Διατηρημένα Αρτοσκευάσματα

Το παγωτό κατέχει σημαντικό μερίδιο της αγοράς ζαχαρωδών, ιδίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Αποτελεί έναν από τους 4 βασικούς υποκλάδους της αγοράς ζαχαρωδών, μαζί με τη σοκολάτα, τα ζαχαρώδη και τα αρτοσκευάσματα. Σύμφωνα με διάφορες έρευνες, τα κατεψυγμένα σνακ (Frozen & Refrigerated snacks) αναμένεται να αναπτυχθούν με τον ταχύτερο ρυθμό εντός της συνολικής αγοράς snacks 2025–2030.

3. Καταναλωτικές Προτιμήσεις & Τάσεις

3.1 Καταναλωτικές δαπάνες

Οι Γερμανοί αγαπούν τα γλυκά και τα ζαχαρώδη όχι μόνο κατά την περίοδο των Χριστουγέννων. Το 2024, ο μέσος κάτοικος της Γερμανίας δαπάνησε 245 ευρώ σε ζαχαρώδη προϊόντα, περισσότερα από οποιαδήποτε άλλη κατηγορία τροφίμων. Με βάση την κατά κεφαλήν αγοραστική δύναμη λιανικής, η οποία το 2024 ανήλθε σε 6.770 ευρώ, τα ζαχαρώδη προϊόντα αντιπροσωπεύουν το 3,6% όλων των δαπανών σε τρόφιμα και μη edώδιμα προϊόντα.

Ωστόσο, η κατά κεφαλήν αγοραστική δύναμη για τα ζαχαρώδη προϊόντα ποικίλλει σημαντικά ανά περιοχή. Μια ανάλυση σε επίπεδο γερμανικών πόλεων και περιοχών αποκαλύπτει ότι η περιφερειακή κατανομή της αγοραστικής δύναμης για τα ζαχαρώδη είναι σημαντικά πιο ομοιογενής από ό,τι για άλλες κατηγορίες τροφίμων. Με κατά κεφαλήν αγοραστική δύναμη 301 ευρώ, η περιοχή του Starnberg (Βαυαρία) καταλαμβάνει την πρώτη θέση, τοποθετώντας τους κατοίκους της σχεδόν 23% πάνω από τον εθνικό μέσο όρο. Η πόλη Neustadt an der Weinstraße (Ρηνανία-Παλατινάτο) και η περιοχή Rhein-Kreis Neuss (Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία) ακολουθούν στη δεύτερη και τρίτη θέση, αντίστοιχα, με 294 ευρώ κατά κεφαλήν και 20% περισσότερο διαθέσιμο δυναμικό δαπανών από τον μέσο Γερμανό. Αντίθετα, η πόλη Gelsenkirchen (Βόρεια Ρηνανία-Βεστφαλία), η οποία κατατάσσεται τελευταία, έχει 203 ευρώ ανά άτομο διαθέσιμα για ζαχαρώδη, ποσό που αντιστοιχεί στο 83% του γερμανικού μέσου όρου. Αυτό σημαίνει ότι οι κάτοικοι του Starnberg ξοδεύουν περίπου 1,5 φορές περισσότερα σε ζαχαρώδη από τους κατοίκους του Gelsenkirchen.

10 κορυφαίες πόλεις και περιοχές ως προς την αγοραστική δύναμη για ζαχαρώδη

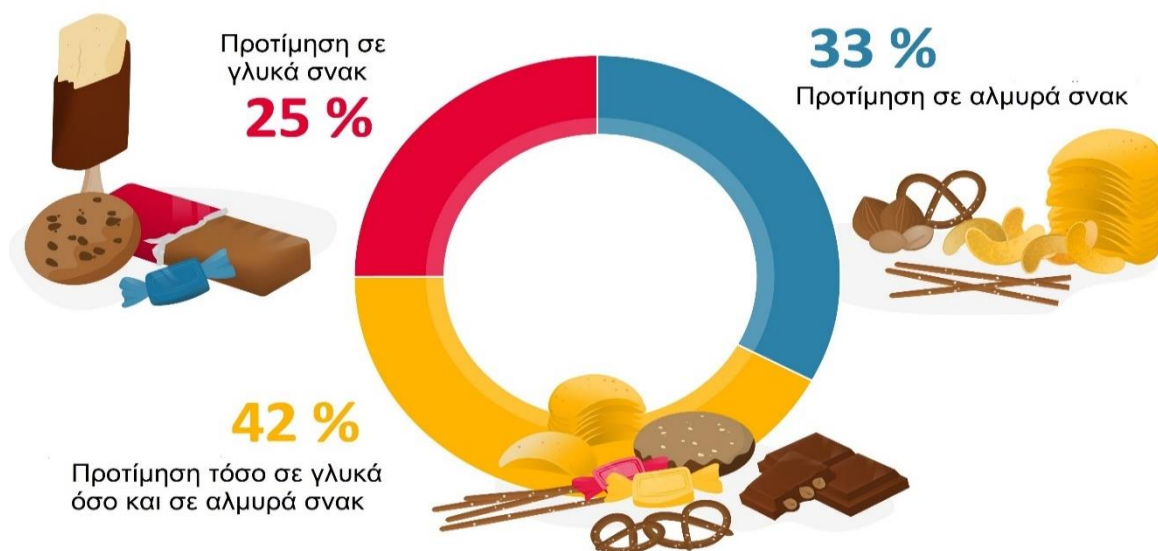
Κατάταξη	Πόλη ή Περιφερειακή Ενότητα	Κρατίδιο	Αριθμός κατοίκων	Κατά κεφαλήν αγοραστική δύναμη για ζαχαρώδη προϊόντα σε €
1	LK Starnberg	Bayern	138.785	301
2	SK Neustadt an der Weinstraße	Rheinland-Pfalz	53.981	294
3	LK Rhein-Kreis Neuss	Nordrhein-Westfalen	457.264	294
4	SK Erlangen	Bayern	116.562	293
5	LK München	Bayern	355.890	290
6	LK Main-Taunus-Kreis	Hessen	242.420	288
7	LK Rheinisch-Bergischer Kreis	Nordrhein-Westfalen	286.213	287
8	LK Harburg	Niedersachsen	261.890	287
9	SK Wolfsburg	Niedersachsen	125.961	285
10	LK Hochtaunuskreis	Hessen	239.488	285

Πηγή: Nielsen IQ

3.2 Καταναλωτικές προτιμήσεις

Μεταξύ των διαφορετικών κατηγοριών ζαχαρωδών και snacks, η πλειονότητα των Γερμανών καταναλωτών φαίνεται να προτιμούν τόσο γλυκά όσο και αλμυρά σνακ σε ποσοστό 42%. Αντίθετα ένα ποσοστό 25% εμφανίζεται να δίνει προβάδισμα στα γλυκά σνακ, ενώ το 33% προτιμούν τα αλμυρά.

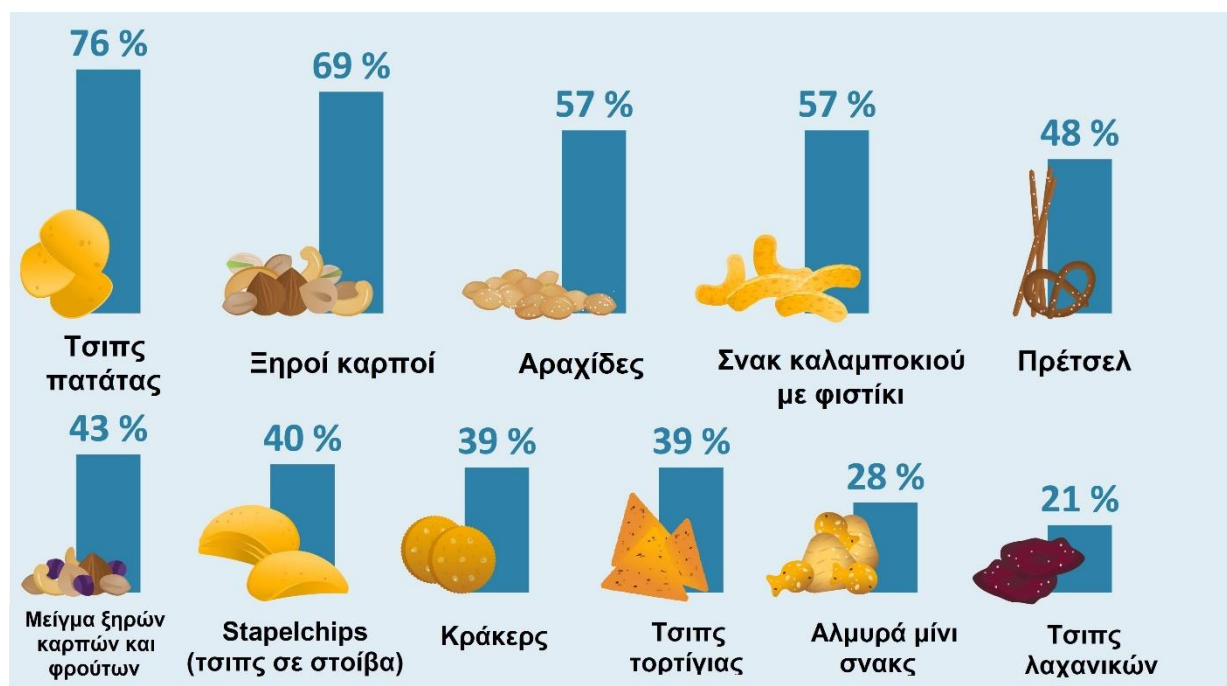
Προτιμήσεις καταναλωτών μεταξύ γλυκών και αλμυρών σνακ



Πηγή: BDSI

Στη γερμανική αγορά, η κατηγορία των αλμυρών snacks, θεωρείται ότι είναι ένα ισχυρό τμήμα της ανάπτυξης του κλάδου. Τα πλέον δημοφιλή προϊόντα εντός της κατηγορίας είναι τα τσιπς πατάτας και ακολουθούν οι ξηροί καρποί, οι αραχίδες και τα σνακ καλαμποκιού (γαριδάκια), κυρίως με φιστίκι.

Τα πιο δημοφιλή είδη αλμυρών σνακ στη Γερμανία



Πηγή: BDSI

Από την πλευρά των γλυκών σνακ και πιο συγκεκριμένα όσον αφορά στη σοκολάτα, οι πλέον δημοφιλείς τύποι σοκολάτας στη Γερμανία είναι η σοκολάτα γάλακτος και η σοκολάτα υγείας και ακολουθούν η σοκολάτα νουγκάτ, η λευκή σοκολάτα και η σοκολάτα με φουντούκια.

Τα πιο δημοφιλή είδη σοκολάτας στη Γερμανία



Πηγή: BDSI

3.3 Καταναλωτικές τάσεις

ι) Υγεία & Wellness

Η υγεία αναδεικνύεται ως η κυρίαρχη καταναλωτική τάση που διαμορφώνει τη γερμανική αγορά τροφίμων και, ειδικότερα, την κατηγορία των ζαχαρωδών και σνακ. Η στροφή αυτή δεν περιορίζεται πλέον σε ένα στενό κοινό καταναλωτών με ειδικές διατροφικές ανάγκες, αλλά επηρεάζει ευρύτερα τις αγοραστικές επιλογές του μέσου Γερμανού καταναλωτή. Ενδεικτικά, περίπου το 55% των Γερμανών καταναλωτών δηλώνει ότι αναζητά υγιεινότερες επιλογές τροφίμων, γεγονός που καταδεικνύει την αυξημένη σημασία παραμέτρων όπως η μειωμένη περιεκτικότητα σε ζάχαρη, η φυσικότητα των συστατικών, η διατροφική αξία και η διαφάνεια στην επισήμανση.

Η τάση αυτή είναι ιδιαίτερα εμφανής και στο εργασιακό περιβάλλον, όπου τα σνακ δεν αντιμετωπίζονται μόνο ως προϊόντα απόλαυσης ή στιγμιαίας κατανάλωσης, αλλά και ως μέσο υποστήριξης της ενέργειας, της συγκέντρωσης και της παραγωγικότητας κατά τη διάρκεια της ημέρας. Το γεγονός ότι το 52% των εργαζομένων δηλώνει πως προτιμά τα healthy snacks για την αύξηση της παραγωγικότητας δείχνει ότι η ζήτηση μετατοπίζεται προς προϊόντα που συνδυάζουν γεύση, ευκολία κατανάλωσης και λειτουργικό όφελος.

Στο πλαίσιο αυτό, η αγορά σοκολάτας στη Γερμανία φαίνεται να προσαρμόζεται σταδιακά στις νέες προσδοκίες των καταναλωτών. Παρατηρείται ότι ο μέσος όρος περιεκτικότητας σε ζάχαρη ανά 100g σε νέα προϊόντα σοκολάτας παρουσιάζει ελαφρά πτώση κατά την περίοδο 2022–2025. Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει ότι οι παραγωγοί επιχειρούν να ανταποκριθούν στην αυξανόμενη ευαισθησία γύρω από τη ζάχαρη, χωρίς ωστόσο να υπονομεύσουν το βασικό στοιχείο της κατηγορίας: την απόλαυση. Ως εκ τούτου, η καινοτομία επικεντρώνεται σε

ισορροπημένες συνθέσεις, όπου η μείωση της ζάχαρης συνδυάζεται με βελτιωμένη γευστική εμπειρία, καλύτερο διατροφικό προφίλ και πιο «καθαρή» εικόνα προϊόντος.

Οι βασικές υποτάσεις που ενισχύουν τη συγκεκριμένη δυναμική περιλαμβάνουν τα προϊόντα low-sugar και sugar-free, τα οποία απευθύνονται σε καταναλωτές που επιδιώκουν περιορισμό της πρόσληψης ζάχαρης, καθώς και τα organic προϊόντα, που συνδέονται με την αντίληψη της ποιότητας, της φυσικότητας και της βιώσιμης παραγωγής. Παράλληλα, αναπτύσσεται η κατηγορία high-protein, ιδιαίτερα σε σνακ και μπάρες σοκολάτας, καθώς η πρωτεΐνη συνδέεται με τον κορεσμό, την ενεργειακή υποστήριξη και έναν πιο ενεργό τρόπο ζωής.

Η τάση clean-label αποκτά επίσης αυξανόμενη βαρύτητα, με τους καταναλωτές να προτιμούν προϊόντα με σύντομες, κατανοητές λίστες συστατικών, χωρίς τεχνητά πρόσθετα και με μεγαλύτερη διαφάνεια ως προς την προέλευση και τη σύνθεση. Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η άνοδος των functional προϊόντων, στα οποία η σοκολάτα και τα σνακ εμπλουτίζονται με συστατικά όπως κολλαγόνο, προβιοτικά, βιταμίνες ή προσαρμογόνα (adaptogens), προσδίδοντας στο προϊόν έναν πρόσθετο ρόλο πέραν της γευστικής απόλαυσης.

ii) Premiumization

Παρά τις συνεχιζόμενες πληθωριστικές πιέσεις και τη μεγαλύτερη προσοχή των νοικοκυριών στις καθημερινές δαπάνες, οι Γερμανοί καταναλωτές δεν εγκαταλείπουν την κατανάλωση σοκολάτας. Αντιθέτως, φαίνεται να μετατοπίζουν τις επιλογές τους προς λιγότερες αλλά ποιοτικότερες αγορές, υιοθετώντας τη λογική του «quality over quantity». Η σοκολάτα, ως προϊόν που συνδέεται έντονα με την απόλαυση, την προσωπική επιβράβευση και το δώρο, διατηρεί τη θέση της στο καλάθι του καταναλωτή, αλλά με πιο επιλεκτικό και συνειδητό τρόπο.

Ενδεικτικό της τάσης αυτής είναι ότι το 62% των καταναλωτών δηλώνει πως προτιμά μικρότερη ποσότητα premium σοκολάτας, αντί για μεγαλύτερη ποσότητα προϊόντων χαμηλότερης αξίας. Η επιλογή αυτή δείχνει ότι η αντιληπτή ποιότητα, η γευστική διαφοροποίηση, η προέλευση των πρώτων υλών και η συνολική εμπειρία κατανάλωσης αποκτούν αυξανόμενη σημασία. Ο καταναλωτής είναι διατεθειμένος να πληρώσει υψηλότερη τιμή, εφόσον το προϊόν προσφέρει σαφή προστιθέμενη αξία, είτε μέσω ανώτερης ποιότητας κακάο, είτε μέσω πιο ιδιαίτερων γεύσεων, είτε μέσω προσεγγμένης αισθητικής και συσκευασίας.

Στο πλαίσιο αυτό, ενισχύεται η ζήτηση για χειροποίητες σοκολάτες (artisanal) και σοκολάτες από κακάο μίας συγκεκριμένης γεωγραφικής προέλευσης (single-origin), οι οποίες συνδέονται με αυθεντικότητα, εξειδίκευση και διαφοροποιημένο γευστικό προφίλ. Οι καταναλωτές δείχνουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για την ιστορία πίσω από το προϊόν: την προέλευση του κακάο, τη μέθοδο παραγωγής, τη δεξιοτεχνία του παραγωγού και τη βιωσιμότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η έννοια της σοκολάτας μετακινείται έτσι από το απλό μαζικό προϊόν προς μια πιο «εμπειρική» κατηγορία, όπου η αφήγηση, η αυθεντικότητα και η σπανιότητα λειτουργούν ως βασικά στοιχεία διαφοροποίησης.

Παράλληλα, οι πολυτελείς συσκευασίες δώρου αποκτούν ιδιαίτερη δυναμική, καθώς η σοκολάτα παραμένει δημοφιλής επιλογή για εορτές, επετείους, εταιρικά δώρα και εποχικές περιστάσεις. Η συσκευασία αποτελεί μέρος της συνολικής πρότασης αξίας. Η προσεγγμένη αισθητική, τα premium υλικά, οι συλλεκτικές εκδόσεις και οι προσωποποιημένες επιλογές ενισχύουν την αντιλαμβανόμενη αξία του προϊόντος και επιτρέπουν υψηλότερη τιμολόγηση.

Ιδιαίτερα σημαντική είναι και η άνοδος των limited editions, οι οποίες δημιουργούν αίσθηση αποκλειστικότητας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η κίνηση της Lindt, η οποία τον Νοέμβριο του 2024 λάνσαρε στη Γερμανία 1.000 limited τεμάχια «Dubai Chocolate» bars. Τέτοιου είδους πρωτοβουλίες αξιοποιούν τη δυναμική των social media, την τάση για viral

προϊόντα και την επιθυμία των καταναλωτών να αποκτήσουν κάτι σπάνιο ή συλλεκτικό. Η περιορισμένη διαθεσιμότητα λειτουργεί ως εργαλείο ενίσχυσης της ζήτησης, διαφοροποίησης της μάρκας και δημιουργίας δημοσιότητας.

Η ίδια δυναμική αποτυπώνεται και στην ανάπτυξη των εποχικών συλλογών, οι οποίες εκτιμάται ότι κινούνται με μέσο όρο ετήσιας αύξησης CAGR της τάξης του 4,5-4,9%. Οι εποχικές σειρές, όπως προϊόντα για Χριστούγεννα, Πάσχα, Αγίου Βαλεντίνου ή άλλες ειδικές περιστάσεις, επιτρέπουν στις εταιρείες να ανανεώνουν συχνά το χαρτοφυλάκιό τους και να δημιουργούν επαναλαμβανόμενες ευκαιρίες αγοράς. Παράλληλα, προσφέρουν χώρο για καινοτομία σε γεύσεις, μορφές, συσκευασίες και θεματική επικοινωνία.

iii) Βιωσιμότητα & Ηθική Παραγωγή

Η βιωσιμότητα αποτελεί πλέον βασικό προαπαιτούμενο της αγοράς σοκολάτας της Γερμανίας, ιδίως στο premium τμήμα, όπου οι καταναλωτές δεν αξιολογούν μόνο τη γεύση, την ποιότητα και την προέλευση του προϊόντος, αλλά και το περιβαλλοντικό και κοινωνικό του αποτύπωμα. Ενδεικτικό είναι ότι πάνω από το 79% της σοκολάτας που πωλείται στη γερμανική αγορά παράγεται από βιώσιμα πιστοποιημένο κακάο, γεγονός που δείχνει ότι η πιστοποίηση δεν λειτουργεί πλέον ως στοιχείο διαφοροποίησης μόνο για εξειδικευμένες μάρκες, αλλά τείνει να καταστεί βασική προϋπόθεση πρόσβασης στην αγορά. Παράλληλα, το γεγονός ότι το 36,7% της Fairtrade σοκολάτας στη Γερμανία ήταν επίσης πιστοποιημένη ως organic το 2022 καταδεικνύει την αυξανόμενη σύγκλιση μεταξύ ηθικής κατανάλωσης, βιολογικής παραγωγής και premium positioning.

Η τάση αυτή ενισχύεται ιδιαίτερα από τους νεότερους καταναλωτές, οι οποίοι εμφανίζουν μεγαλύτερη ευαισθησία σε ζητήματα διαφάνειας, ιχνηλασιμότητας και δίκαιης αμοιβής των παραγωγών. Η χρήση ειδικών εφαρμογών για τον έλεγχο της διαφάνειας της αλυσίδας εφοδιασμού δείχνει ότι η πληροφόρηση μεταφέρεται πλέον στο σημείο αγοράς και επηρεάζει άμεσα την καταναλωτική απόφαση. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ή επιθυμούν να εισέλθουν στη γερμανική αγορά καλούνται να τεκμηριώνουν με σαφήνεια τις πρακτικές τους, πέραν της απλής αναγραφής πιστοποιήσεων στη συσκευασία.

Σε θεσμικό επίπεδο, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η GISCO — German Initiative on Sustainable Cocoa, η οποία συντονίζει δράσεις μεταξύ κυβέρνησης, βιομηχανίας, λιανεμπορίου και κοινωνίας των πολιτών με στόχο τη βελτίωση των συνθηκών παραγωγής κακάο και την ενίσχυση βιώσιμων αλυσίδων αξίας. Η ύπαρξη τέτοιων πολυμερών σχημάτων επιβεβαιώνει ότι η βιωσιμότητα στη γερμανική αγορά δεν αντιμετωπίζεται ως επικοινωνιακό εργαλείο, αλλά ως διαρθρωτική παράμετρος ανταγωνιστικότητας, συμμόρφωσης και εμπορικής αξιοπιστίας.

iv) Plant-Based & Vegan

Το vegan και plant-based προφίλ αναδεικνύεται σε σημαντική καταναλωτική τάση στη γερμανική αγορά ζαχαρωδών και σοκολάτας. Παρότι το ποσοστό του πληθυσμού που τρέφεται αποκλειστικά vegan ανέρχεται σε 3,8%, η εμπορική σημασία της τάσης είναι ευρύτερη, καθώς επηρεάζει και καταναλωτές που δεν είναι αυστηρά vegan, αλλά επιλέγουν περιστασιακά προϊόντα φυτικής βάσης για λόγους υγείας, βιωσιμότητας, ηθικής κατανάλωσης ή δοκιμής νέων γεύσεων. Ιδίως στις νεότερες ηλικίες, η δυναμική είναι εμφανής: το 23% των καταναλωτών 16 έως 34 ετών δηλώνει ότι θα δοκίμαζε σοκολάτα εφόσον ήταν vegan, στοιχείο που καταδεικνύει ότι η σχετική ζήτηση δεν περιορίζεται σε εξειδικευμένο κοινό, αλλά επεκτείνεται σε ευρύτερες νεανικές ομάδες.

Στο πλαίσιο αυτό, κατηγορίες όπως τα vegan ζελεδάκια χωρίς ζελατίνη και η φυτικής βάσης σοκολάτα αναπτύσσονται με ταχείς ρυθμούς, καθώς ανταποκρίνονται στην αναζήτηση προϊόντων χωρίς ζωικά συστατικά, χωρίς όμως εκπτώσεις σε γεύση, υφή και εμπειρία κατανάλωσης. Η επιβράδυνση της αύξησης το 2024 δεν αναιρεί τη μεσοπρόθεσμη προοπτική της κατηγορίας, αλλά υποδηλώνει ότι η αγορά εισέρχεται σε πιο ώριμη φάση, όπου η επιτυχία δεν θα βασίζεται μόνο στην ένδειξη «vegan», αλλά και στην ποιότητα, την καινοτομία, την τιμή και τη διαφοροποίηση του προϊόντος.

Παράλληλα, η είσοδος καινοτόμων προϊόντων ενισχύει τον μετασχηματισμό της αγοράς. Η ChoViva, με cocoa-free σοκολάτα, αντανakλά την αναζήτηση εναλλακτικών πρώτων υλών με χαμηλότερο περιβαλλοντικό αποτύπωμα, ενώ προϊόντα όπως το Mars trüfrü δείχνουν ότι μεγάλες εταιρείες επενδύουν σε νέες μορφές indulgence, συνδυάζοντας φρούτο, σοκολάτα και πιο «σύγχρονη» εικόνα προϊόντος.

v) On-the-Go & Snacking Occasions

Στη γερμανική αγορά, το snacking συνδέεται ολοένα περισσότερο με την αναζήτηση πιο υγιεινών, πρακτικών και ευέλικτων επιλογών, αντανakλώντας αλλαγές στον τρόπο ζωής και στην οργάνωση της καθημερινότητας. Σχεδόν το 50% των Γερμανών που καταναλώνουν snacks πάνω από μία φορά τον μήνα επιλέγουν υγιεινά σνακ κυρίως στο σπίτι (50%), ποσοστό σαφώς υψηλότερο σε σχέση με την κατανάλωση εκτός σπιτιού (13%) ή στον χώρο εργασίας (11%). Η τάση αυτή συνδέεται με την ενίσχυση της τηλεργασίας και της υβριδικής εργασίας, καθώς η κατοικία λειτουργεί πλέον όχι μόνο ως χώρος διαμονής, αλλά και ως χώρος εργασίας, κατανάλωσης και διατροφικού προγραμματισμού. Παράλληλα, το γεγονός ότι το 37% των εργαζομένων με υβριδικά μοντέλα εργασίας (hybrid workers) δηλώνει αυξημένη προτίμηση για on-the-go snacks δείχνει ότι η ευελιξία παραμένει καθοριστικός παράγοντας, ιδίως για καταναλωτές που μετακινούνται μεταξύ σπιτιού, γραφείου και εξωτερικών δραστηριοτήτων.

Η ίδια δυναμική ενισχύει την ανάπτυξη νέων μορφών συσκευασίας και κατανάλωσης, όπως mini packs, sharing bags και single-serve προϊόντα, τα οποία ανταποκρίνονται σε διαφορετικές περιστάσεις χρήσης: ατομική κατανάλωση, ελεγχόμενη μερίδα, κατανάλωση εν κινήσει ή μοίρασμα με άλλους. Ιδιαίτερη σημασία έχει και το γεγονός ότι το 27% των hybrid workers χρησιμοποιεί σνακ για αντικατάσταση γευμάτων, στοιχείο που μετατοπίζει την κατηγορία από την περιστασιακή απόλαυση προς λειτουργικότερο ρόλο στη διατροφή. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά snacks καλούνται να συνδυάσουν υγιεινό προφίλ, ευκολία, φορητότητα και κατάλληλη συσκευασία, ώστε να ανταποκριθούν σε μια πιο κατακερματισμένη αλλά και πιο απαιτητική καταναλωτική συμπεριφορά.

vi) Καινοτομία Γεύσεων & Υφών

Οι νεότεροι καταναλωτές στη Γερμανία, ιδίως στις ηλικίες 16-44 ετών, εμφανίζουν αυξημένη διάθεση για πειραματισμό με προϊόντα που υπερβαίνουν τις κλασικές γεύσεις και μορφές σοκολάτας ή ζαχαρωδών. Η αναζήτηση ασυνήθιστων υφών, συνδυασμών και multi-flavor bars αντανakλά μια ευρύτερη μετατόπιση από την απλή κατανάλωση προς την εμπειρία: το προϊόν καλείται να προσφέρει έκπληξη, ποικιλία και διαφοροποίηση, όχι μόνο γεύση. Συνδυασμοί τραγανού και κρεμώδους στοιχείου, γλυκού και αλμυρού, φρούτου και σοκολάτας ή πολλαπλών γεμίσεων στην ίδια μπάρα λειτουργούν ως μέσα ανανέωσης μιας ώριμης κατηγορίας και απευθύνονται ιδιαίτερα σε καταναλωτές που επηρεάζονται από social media, food trends και limited-edition προϊόντα.

Η τάση της «Dubai Chocolate», με συνδυασμό φιστικιού/κρέμας φιστικιού και knafeh, ανέδειξε πόσο γρήγορα μπορεί να εξαπλωθεί διεθνώς μια τάση φαγητού και να δημιουργήσει άμεση

ζήτηση για προϊόντα με έντονη οπτική και γευστική ταυτότητα. Παράλληλα, η αυξανόμενη αποδοχή εξωτικών ή ethnic συστατικών και γεύσεων δείχνει ότι οι καταναλωτές είναι πλέον πιο ανοιχτοί σε επιρροές από διαφορετικές γαστρονομικές παραδόσεις, ιδίως όταν αυτές παρουσιάζονται με premium ή σύγχρονη αισθητική.

4. Κανάλια Διανομής

Η γερμανική αγορά είναι εξαιρετικά οργανωμένη, ώριμη και έντονα συγκεντρωμένη στο επίπεδο του λιανεμπορίου τροφίμων. Το βασικό κανάλι διάθεσης για ζαχαρώδη και σνακ είναι οι αλυσίδες λιανικού εμπορίου, δηλαδή discounters, supermarkets, hypermarkets και drugstores με τμήματα τροφίμων. Η σημασία του καναλιού αυτού είναι ακόμη μεγαλύτερη για προϊόντα υψηλής συχνότητας αγοράς, χαμηλής αξίας και έντονης προωθητικής δραστηριότητας, όπως σοκολάτες, καραμέλες, μπισκότα, γκοφρέτες, τσιπς και λοιπά αλμυρά σνακ.

Σύμφωνα με στοιχεία της Ομοσπονδιακής Στατιστικής Υπηρεσίας, το 2025 ο κύκλος εργασιών στον κλάδο του λιανεμπορίου αυξήθηκε κατά 2,7% σε πραγματικούς όρους και 3,8% σε ονομαστικούς όρους. Ειδικά ο κλάδος τροφίμων, ποτών και καπνού αυξήθηκε κατά 1,1% πραγματικά και 3,4% ονομαστικά, ενώ το ηλεκτρονικό/ταχυδρομικό εμπόριο αυξήθηκε κατά 10,1% τόσο σε πραγματικούς όσο και σε ονομαστικούς όρους.

i) Discounters: το ισχυρότερο κανάλι σε όγκο και αξία

Τα εκπτωτικά σούπερ μάρκετ (discounters), κυρίως Aldi, Lidl, Netto, Penny και Norma, αποτελούν το κεντρικό κανάλι για προϊόντα μαζικής κατανάλωσης. Για ζαχαρώδη και σνακ, το κανάλι αυτό είναι κρίσιμο λόγω της υψηλής επισκεψιμότητας, της ισχυρής τιμολογιακής πίεσης και του αυξημένου ρόλου της ιδιωτικής ετικέτας. Στα discounters, οι κατηγορίες σοκολάτα, μπισκότα, γκοφρέτες, ξηροί καρποί, πατατάκια και εποχιακά γλυκά λειτουργούν συχνά ως προϊόντα προσέλκυσης, είτε μέσω χαμηλής τιμής είτε μέσω θεματικών εβδομάδων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Γερμανικού Συνδέσμου Λιανικού Εμπορίου (HDE), τα discounters είχαν το 2024 καθαρό κύκλο εργασιών 97,7 δισ. ευρώ, έναντι 94,6 δισ. ευρώ το 2023 και 70,3 δισ. ευρώ το 2015. Αυτό δείχνει σταθερή ενίσχυση του discount μοντέλου, όχι μόνο λόγω πληθωρισμού αλλά και λόγω της διαρθρωτικής προτίμησης των Γερμανών καταναλωτών σε value-for-money επιλογές. Στο σύνολο του λιανεμπορίου, το μερίδιο των discounters ανήλθε το 2024 σε 17,8%.

ii) Supermarkets: βασικό κανάλι για επώνυμα και διαφοροποιημένα προϊόντα

Τα supermarkets, ιδίως Edeka και Rewe, είναι το πιο κατάλληλο κανάλι για επώνυμα, premium, bio, vegan, fair-trade, regional/ethnic ή υψηλής διαφοροποίησης προϊόντα. Σε αντίθεση με τα discounters, τα supermarkets έχουν μεγαλύτερο εύρος προϊόντων, περισσότερες δυνατότητες τοποθέτησης σε ράφι και μεγαλύτερη γκάμα προϊόντων με αφήγημα προέλευσης ή ποιότητας.

Ο HDE καταγράφει για το 2024 καθαρό κύκλο εργασιών 65,9 δισ. ευρώ στα supermarkets και 22,4 δισ. ευρώ στα μεγάλα supermarkets. Το άθροισμα των δύο υποκαναλιών, 88,3 δισ. ευρώ, τα καθιστά σχεδόν ισοδύναμο πόλο με τα discounters σε αξία, αν και με διαφορετικό positioning. Στο σύνολο του λιανεμπορίου, το μερίδιο των supermarkets ανήλθε το 2024 σε 11,8%.

iii) Hypermarkets και καταστήματα μαζικής λιανικής

Οι υπεραγορές (hypermarkets), όπως Kaufland και μεγάλα καταστήματα Real/Marktkauf όπου υπάρχουν, παραμένουν σημαντικό κανάλι για οικογενειακές συσκευασίες, multipacks, εποχικά προϊόντα και προωθητικές ενέργειες μεγάλου όγκου. Ωστόσο, η σχετική σημασία του καναλιού έχει μειωθεί έναντι των discounters και των supermarkets. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Γερμανικού Συνδέσμου Λιανικού Εμπορίου, τα hypermarkets εμφανίζονται με καθαρό κύκλο

εργασιών 19,1 δισ. ευρώ το 2024, πρακτικά στάσιμο έναντι 19,0 δισ. ευρώ το 2023 και 18,9 δισ. ευρώ το 2015.

Για σνακ και ζαχαρώδη, οι υπεραγορές είναι χρήσιμο κανάλι κυρίως για εποχικές προσφορές (π.χ. back-to-school, Halloween, Χριστούγεννα, Πάσχα) και οικογενειακές συσκευασίες. Δεν είναι όμως το ταχύτερα αναπτυσσόμενο κανάλι.

iv) Drugstores: σημαντικό δευτερεύον κανάλι για βιολογικά και υγιεινά προϊόντα

Οι αλυσίδες dm, Rossmann και Müller αποτελούν ιδιαίτερο γερμανικό κανάλι. Δεν είναι κλασικά supermarkets, αλλά διαθέτουν ευρύ φάσμα τροφίμων, ιδιαίτερα bio, vegan, gluten-free, λειτουργικά σνακ (functional snacks), ξηρούς καρπούς και “better-for-you” ζαχαρώδη. Για μικρότερους ή premium προμηθευτές, τα drugstores μπορεί να είναι πιο προσβάσιμα από τους discounters και να προσφέρουν καλύτερη τοποθέτηση για προϊόντα με υγιεινό ή ειδικό διατροφικό προφίλ.

v) Convenience (πρατήρια, περίπτερα και vending)

Τα σημεία convenience — πρατήρια καυσίμων, περίπτερα/καταστήματα τύπου kiosk, σταθμοί τρένων, αεροδρόμια, πανεπιστήμια, vending machines — είναι μικρότερα σε όγκο αλλά υψηλότερης αξίας ανά μονάδα. Είναι ιδανικά για προϊόντα impulse snacking, όπως σοκολάτες, μπάρες, καραμέλες, τσίχλες, ατομικές συσκευασίες μπισκότων, ξηρών καρπών και chips.

Η σημασία του convenience είναι ποιοτικά μεγαλύτερη από το μερίδιό του, διότι επηρεάζει την αναγνωρισιμότητα προϊόντος και την κατανάλωση on-the-go. Παράλληλα, όμως, έχει υψηλότερα κόστη διανομής, ανάγκη συνεργασίας με εξειδικευμένους χονδρεμπόρους και περιορισμένο χώρο ραφιού.

vi) E-commerce: αναπτυσσόμενο αλλά όχι ακόμη κυρίαρχο για τρόφιμα

Το online κανάλι αναπτύσσεται συνολικά στη Γερμανία, αλλά στα ζαχαρώδη και σνακ παραμένει περισσότερο συμπληρωματικό παρά κύριο κανάλι. Σύμφωνα με τον HDE, ο συνολικός B2C e-commerce κύκλος εργασιών στη Γερμανία έφθασε τα 88,8 δισ. ευρώ το 2024 και εκτιμάται περί τα 92,4 δισ. ευρώ το 2025. Στο σύνολο του λιανεμπορίου, το μερίδιο του online εμπορίου ανήλθε το 2024 σε 7,1%.

Για ζαχαρώδη και σνακ, το e-commerce αφορά κυρίως προϊόντα με niche τοποθέτηση: premium γλυκίσματα, βιολογικά σνακ, vegan/protein bars, προϊόντα χωρίς ζάχαρη, gluten-free, ethnic assortments και gift boxes. Δεν υποκαθιστά όμως την ανάγκη φυσικής παρουσίας στα ράφια, ειδικά για προϊόντα χαμηλής αξίας όπου τα μεταφορικά επιβαρύνουν δυσανάλογα την τελική τιμή.

vii) Χονδρεμπόριο, Cash & Carry και HoReCa

Το χονδρεμπόριο, το Cash & Carry και το HoReCa λειτουργούν κυρίως ως δευτερεύον κανάλι για σνακ, σοκολατάκια, μπισκότα, γλυκίσματα, συνοδευτικά καφέ, προϊόντα mini-bar, catering, ξενοδοχεία, καφέ και εστίαση. Η δυναμική του καναλιού επηρεάζεται από την κατάσταση της γαστρονομίας. Σύμφωνα με την Ομοσπονδιακή Στατιστική Υπηρεσία, το 2025 ο κύκλος εργασιών του γερμανικού κλάδου φιλοξενίας/εστίασης μειώθηκε πραγματικά κατά 2,1% έναντι του 2024, γεγονός που δείχνει ασθενέστερη αγοραστική δυναμική στο away-from-home κανάλι.

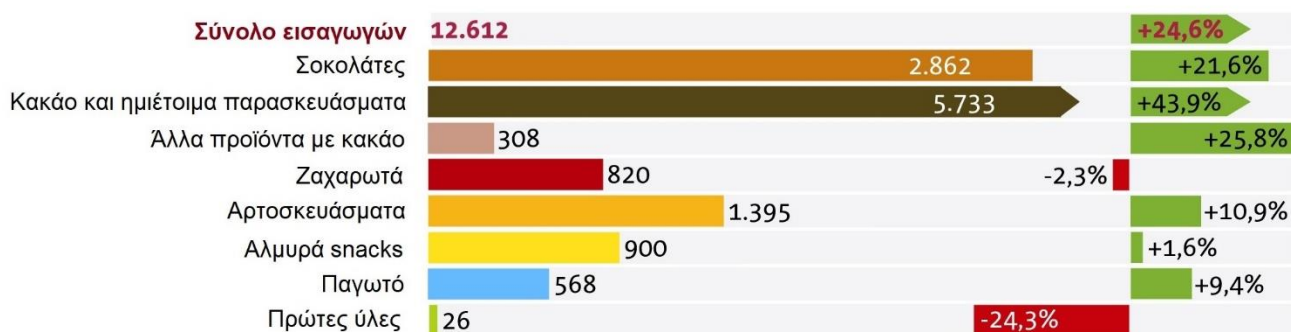
5. Εξωτερικό εμπόριο Γερμανίας

5.1 Εισαγωγές Γερμανίας

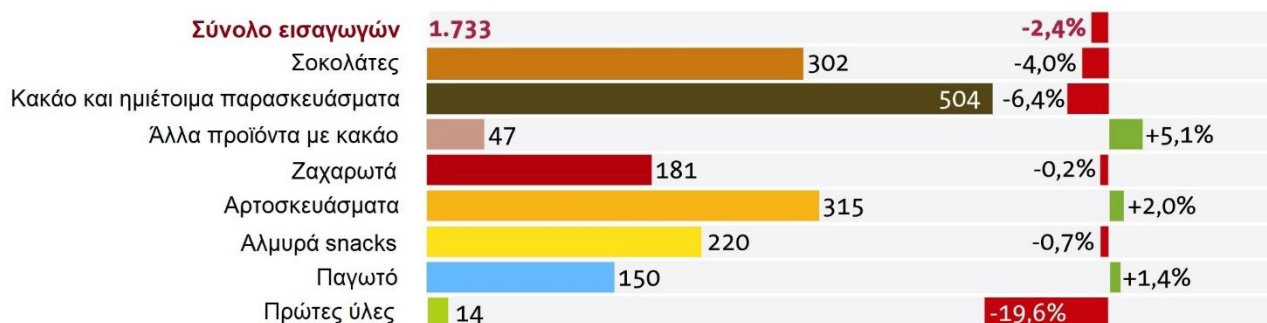
Σύμφωνα με στοιχεία της Ομοσπονδιακής Ένωσης της Βιομηχανίας Ζαχαρωδών της Γερμανίας (BDSI), οι εισαγωγές ζαχαρωδών και snacks της Γερμανίας αυξήθηκαν το 2025 κατά 24,6% σε όρους αξίας, φθάνοντας τα 12,6 δισ. ευρώ, ενώ σε όρους ποσότητας μειώθηκαν κατά 2,4% και ανήλθαν σε 1,7 εκ. τόνους.

Εισαγωγές ζαχαρωδών στη Γερμανία, 2025

Αξία σε εκ. €



Ποσότητα σε χιλ. τόνους

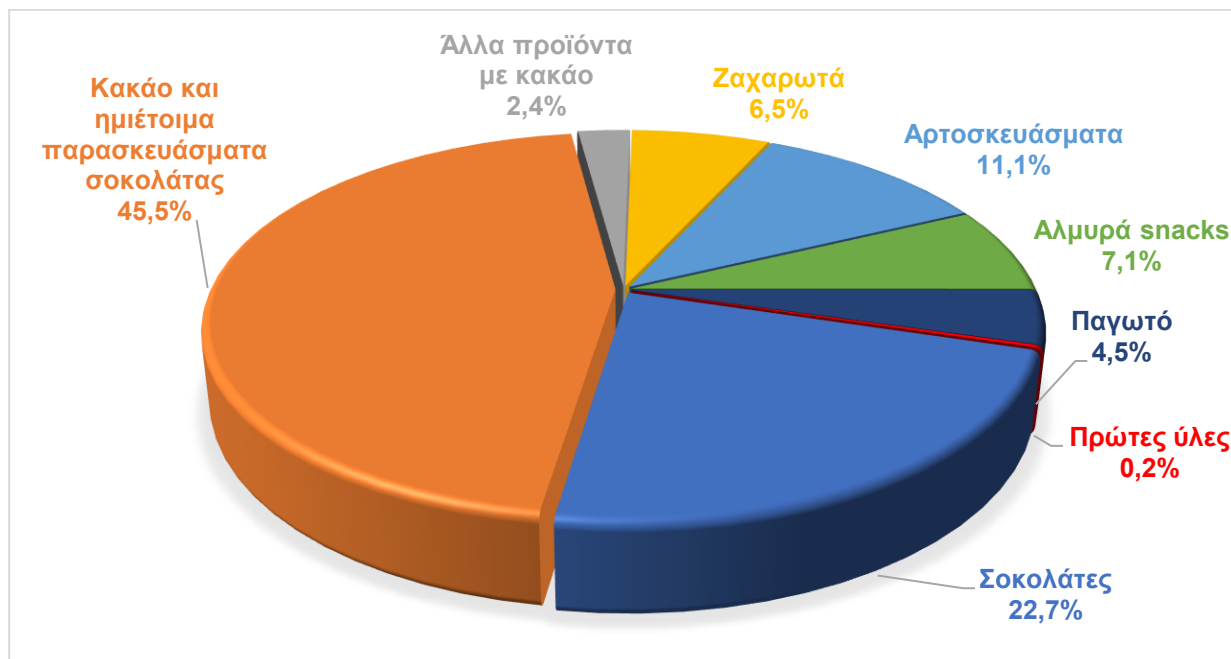


Πηγή: BDSI

Ως προς τις επιμέρους κατηγορίες προϊόντων, τη μεγαλύτερη αύξηση σε όρους αξίας εισαγωγών παρουσίασαν τα προϊόντα που περιέχουν κακάο λόγω της σημαντικής αύξησης των τιμών της πρώτης ύλης. Έτσι, οι εισαγωγές κακάο και ημιέτοιμων παρασκευασμάτων σοκολάτας αυξήθηκαν κατά 43,9% και διαμορφώθηκαν σε 5,7 δισ. ευρώ, οι εισαγωγές σοκολάτας αυξήθηκαν κατά 21,6% και ανήλθαν σε 2,9 δισ. ευρώ και οι εισαγωγές λοιπών προϊόντων με κακάο αυξήθηκαν κατά 25,8% στα 308 εκ. ευρώ. Ωστόσο, σε όρους ποσότητας οι δύο πρώτες κατηγορίες κατέγραψαν απώλειες της τάξης του 6,4% και 4% αντιστοίχως.

Σημαντική αύξηση σε όρους αξίας κατέγραψαν επίσης οι εισαγωγές αρτοσκευασμάτων και παγωτού, κατά 10,9% και 9,4% αντίστοιχα, οι οποίες διαμορφώθηκαν σε 1,4 δισ. ευρώ και 568 εκ. ευρώ αντίστοιχα. Μικρότερη αύξηση σημείωσαν οι εισαγωγές αλμυρών snacks κατά 1,6% και διαμορφώθηκαν σε 900 εκ. ευρώ, ενώ σημαντική μείωση 24,3% κατέγραψαν οι εισαγωγές πρώτων υλών (26 εκ. ευρώ) και ζαχαρωτών κατά 2,3%, οι οποίες ανήλθαν σε 820 εκ. ευρώ.

Μερίδιο επιμέρους προϊόντων σε αξία γερμανικών εισαγωγών ζαχαρωδών και σνακ, 2025



Πηγή: BDSI

Όπως φαίνεται και από το ανωτέρω διάγραμμα, το 2025 το μεγαλύτερο μερίδιο επί των συνολικών γερμανικών εισαγωγών ζαχαρωδών και σνακ κατέλαβε το κακάο και τα ημιέτοιμα παρασκευάσματα σοκολάτας (45,5%) και ακολουθούν οι σοκολάτες με μερίδιο 22,7%, τα αρτοσκευάσματα με 11,1%, τα αλμυρά snacks με 7,1%, τα ζαχαρωτά με 6,5% και το παγωτό με 4,5%.

Στα υποκεφάλαια που ακολουθούν παρουσιάζονται οι γερμανικές εισαγωγές επιμέρους προϊόντων ανά Κωδικό Συνδυασμένης Ονοματολογίας κατά το διάστημα 2023-2025, καθώς και οι βασικότεροι προμηθευτές της Γερμανίας, σύμφωνα με στοιχεία της Γερμανικής Ομοσπονδιακής Στατιστικής Υπηρεσίας, που έχουν αντληθεί από τη Eurostat.

i) Προϊόντα σοκολάτας (ΚΣΟ 1806)

Οι εισαγωγές της Γερμανίας προϊόντων του Κωδικού Συνδυασμένης Ονοματολογίας (ΚΣΟ) 1806 – Σοκολάτα και άλλα παρασκευάσματα διατροφής που περιέχουν κακάο διαμορφώθηκαν σε 4,23 δις. ευρώ και 522,7 χιλ. τόνους το 2025, έχοντας αυξηθεί κατά 21,3% σε όρους αξίας και μειωθεί κατά 1,2% σε όρους ποσότητας σε σχέση με το 2024.

Εντός του ΚΣΟ 1806, το μεγαλύτερο μερίδιο καταλαμβάνουν οι σοκολάτες και είδη από σοκολάτα σε δοχεία ή άμεσες συσκευασίες ≤ 2 kg (εκτός από αυτά σε τεμάχια, πλάκες ή ράβδους και εκτός από κακάο σε σκόνη) (ΚΣΟ 180690), με μερίδιο 36% και συνολικές εισαγωγές 1,6 δις. ευρώ και ακολουθούν οι σοκολάτες και παρασκευάσματα που παρουσιάζονται είτε σε τεμάχια ή σε ράβδους, με βάρος > 2 kg, σε υγρή ή πολτώδη κατάσταση ή σε σκόνη (ΚΣΟ 180620) με μερίδιο 34% και αξία εισαγωγών 1,3 δις. ευρώ, οι σοκολάτες και είδη από σοκολάτα, που παρουσιάζονται σε πλακίδια ή ράβδους ≤ 2 kg, παραγεμισμένα (ΚΣΟ 180631) με μερίδιο 18% και αξία εισαγωγών 691 εκ. ευρώ και οι σοκολάτες και είδη από σοκολάτα, που παρουσιάζονται σε πλακίδια ή ράβδους ≤ 2 kg, μη παραγεμισμένα (ΚΣΟ 180632) με μερίδιο 1,7% και αξία εισαγωγών 604 εκ. ευρώ.

Γερμανικές εισαγωγές προϊόντων σοκολάτας (ΚΣΟ 1806), 2023-2025

ΚΣΟ – Περιγραφή προϊόντος	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
1806 Σοκολάτα και άλλα παρασκευάσματα διατροφής που περιέχουν κακάο	4.226.285.940	522.735.648	3.484.199.058	528.964.869	2.837.246.825	530.430.014	21,30%	-1,18%	100,00%	100,00%
180610 Σκόνη κακάου, με προσθήκη ζάχαρης ή άλλων γλυκαντικών	10.782.608	1.551.208	15.168.261	2.502.803	13.401.979	2.610.672	-28,91%	-38,02%	0,26%	0,30%
180620 Άλλα παρασκευάσματα που παρουσιάζονται είτε σε τεμάχια ή σε ράβδους, με βάρος > 2 kg, σε υγρή ή πολτώδη κατάσταση ή σε σκόνη	1.286.278.016	178.082.166	981.756.905	178.858.378	609.557.570	167.065.074	31,02%	-0,43%	30,44%	34,07%
18062070 Παρασκευάσματα σοκολάτας γάλακτος σε κόκκους	2.350.621	675.953	1.921.698	632.212	2.285.079	772.661	22,32%	6,92%	0,06%	0,13%
18062080 Γλάσο κακάου	61.934.845	16.199.165	38.362.339	11.752.498	27.049.443	9.507.219	61,45%	37,84%	1,47%	3,10%
180631 Άλλα, που παρουσιάζονται σε πλακίδια ή ράβδους <= 2 kg, παραγεμισμένα	691.240.043	94.264.810	559.242.173	91.695.578	497.361.794	94.410.070	23,60%	2,80%	16,36%	18,03%
180632 Άλλα, που παρουσιάζονται σε πλακίδια ή ράβδους <= 2 kg, μη παραγεμισμένα	604.059.655	61.228.310	537.863.324	66.991.150	441.609.498	69.367.115	12,31%	-8,60%	14,29%	11,71%
180690 Άλλες σοκολάτες και είδη από σοκολάτα <= 2 kg	1.633.925.618	187.609.154	1.390.168.395	188.916.960	1.275.315.984	196.977.083	17,53%	-0,69%	38,66%	35,89%
18069011 Καραμέλες σοκολάτας (pralines), παραγεμισμένες ή μη, που περιέχουν αλκοολούχα ποτά	44.863.793	3.531.676	44.053.401	3.701.850	45.136.179	4.024.814	1,84%	-4,60%	1,06%	0,68%
18069019 Καραμέλες σοκολάτας (pralines), παραγεμισμένες ή μη, που δεν περιέχουν αλκοολ. ποτά	397.333.053	37.660.952	351.977.933	41.214.467	332.279.981	43.632.810	12,89%	-8,62%	9,40%	7,20%
18069031 Άλλες σοκολάτες και είδη από σοκολάτα, παραγεμισμένα	452.438.773	42.727.074	385.149.367	42.091.745	336.689.815	41.942.585	17,47%	1,51%	10,71%	8,17%
18069039 Άλλες σοκολάτες και είδη από σοκολάτα, μη παραγεμισμένα	183.724.258	16.360.165	159.503.539	18.485.516	158.056.994	21.835.681	15,19%	-11,50%	4,35%	3,13%
18069050 Ζαχαρώδη και τα υποκατάστατα αυτών που έχουν παραχθεί από υποκατάστατα της ζάχαρης, που περιέχουν κακάο	132.453.232	20.453.064	130.113.853	23.991.568	117.202.564	22.878.731	1,80%	-14,75%	3,13%	3,91%
18069060 Πολτοί για επάλειψη, που περιέχουν κακάο	166.346.292	27.375.694	181.751.441	32.833.794	142.122.162	26.706.818	-8,48%	-16,62%	3,94%	5,24%
18069070 Παρασκευάσματα για ποτά που περιέχουν κακάο	134.113.706	19.885.224	63.884.081	12.138.013	74.718.251	18.580.138	109,93%	63,83%	3,17%	3,80%
18069090 Άλλα	122.652.511	19.615.305	73.734.780	14.460.007	69.110.038	17.375.506	66,34%	35,65%	2,90%	3,75%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΝΤΥΣΣΕΛΝΤΟΡΦ – ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Willi-Becker-Allee 11, 40227, Düsseldorf, Deutschland

T: +49 211 68785015 | F: +49 211 68785033 | E: ecocom-dusseldorf@mfa.gr

20 πρώτοι προμηθευτές Γερμανίας σε προϊόντα σοκολάτας (ΚΣΟ 1806), 2023-2025

α/α	Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
	Σύνολο εισαγωγών	4.226.285.940	522.735.648	3.484.199.058	528.964.869	2.837.246.825	530.430.014	21,30%	-1,18%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	3.714.895.047	473.266.384	3.066.235.380	475.066.541	2.491.491.120	478.602.972	21,15%	-0,38%	87,90%	90,54%
	Extra-EU	511.390.893	49.469.264	417.963.678	53.898.328	345.755.705	51.827.042	22,35%	-8,22%	12,10%	9,46%
1	Βέλγιο	1.054.778.121	130.895.948	847.507.026	133.116.582	648.483.109	139.489.522	24,46%	-1,67%	24,96%	25,04%
2	Πολωνία	666.988.641	68.298.370	570.131.494	73.463.196	474.086.553	69.582.621	16,99%	-7,03%	15,78%	13,07%
3	Ολλανδία	633.622.459	97.078.640	490.257.087	94.378.198	413.131.222	91.260.420	29,24%	2,86%	14,99%	18,57%
4	Ελβετία	369.203.235	34.897.114	313.975.021	41.395.407	294.997.831	42.572.923	17,59%	-15,70%	8,74%	6,68%
5	Ιταλία	365.438.980	47.575.959	321.865.698	48.037.174	218.536.900	39.317.912	13,54%	-0,96%	8,65%	9,10%
6	Αυστρία	293.030.755	37.768.805	267.869.637	41.205.717	197.417.706	42.702.044	9,39%	-8,34%	6,93%	7,23%
7	Γαλλία	131.437.009	20.573.238	121.725.206	23.650.181	119.528.631	28.391.409	7,98%	-13,01%	3,11%	3,94%
8	Κροατία	105.175.729	10.665.387	74.851.088	7.228.743	84.178.448	7.524.995	40,51%	47,54%	2,49%	2,04%
9	Ισπανία	82.508.762	16.322.352	59.951.534	14.301.993	68.842.439	16.588.211	37,63%	14,13%	1,95%	3,12%
10	Δανία	73.886.416	7.101.603	54.323.798	5.467.161	46.562.494	5.767.489	36,01%	29,90%	1,75%	1,36%
11	Βουλγαρία	63.023.465	6.764.131	48.966.252	6.790.521	37.700.906	6.808.375	28,71%	-0,39%	1,49%	1,29%
12	Τουρκία	56.040.974	4.451.266	46.502.841	3.908.761	9.503.365	1.698.092	20,51%	13,88%	1,33%	0,85%
13	Σουηδία	53.572.018	7.193.108	43.243.121	6.293.735	39.822.329	7.329.568	23,89%	14,29%	1,27%	1,38%
14	Ην. Βασίλειο	53.370.959	4.627.530	23.827.307	2.250.116	16.307.028	2.326.232	123,99%	105,66%	1,26%	0,89%
15	Ουγγαρία	42.555.675	6.139.841	29.719.187	4.836.248	26.163.317	5.531.620	43,19%	26,95%	1,01%	1,17%
16	Τσεχία	42.110.960	5.813.778	34.290.621	4.811.878	31.551.603	6.769.920	22,81%	20,82%	1,00%	1,11%
17	Σλοβακία	40.187.841	4.217.022	39.002.531	4.537.808	40.651.716	5.374.110	3,04%	-7,07%	0,95%	0,81%
18	Λιθουανία	20.973.036	2.413.935	17.838.471	2.306.993	13.297.296	1.953.447	17,57%	4,64%	0,50%	0,46%
19	Λουξεμβούργο	14.702.818	1.410.556	17.440.819	1.700.944	3.579.257	891.071	-15,70%	-17,07%	0,35%	0,27%
20	Ρουμανία	9.150.821	661.354	11.047.313	840.828	12.369.168	1.124.977	-17,17%	-21,34%	0,22%	0,13%
27	Ελλάδα	3.208.936	450.007	1.232.802	195.441	1.380.415	203.145	160,30%	130,25%	0,08%	0,09%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελντορφ

Ως προς τους προμηθευτές της Γερμανίας σε σοκολάτα και προϊόντα της (ΚΣΟ 1806), το συντριπτικό μερίδιο προέρχεται από χώρες-μέλη της Ε.Ε. σε ποσοστό 88%. Πιο συγκεκριμένα, το 2025 το Βέλγιο καταλαμβάνει την 1^η θέση μεταξύ των προμηθευτών, με μερίδιο 25% και συνολικές εξαγωγές 1 δισ. ευρώ και ποσότητας 131 χιλ. τόνων, καταγράφοντας σημαντική αύξηση 24,5% σε αξία και πτώση 1,7% σε ποσότητα. Στη 2^η θέση βρίσκεται η Πολωνία, με μερίδιο 15,8% σε αξία (13% σε ποσότητα) και εξαγωγές 667 εκ. ευρώ και 68,3 χιλ. τόνους, (+17% σε αξία, -7% σε ποσότητα). Ακολουθεί η Ολλανδία στην 3^η θέση, με μερίδιο 15% σε αξία και 18,6% σε ποσότητα, αξία εξαγωγών 633 εκ. ευρώ και ποσότητα 97 χιλ. τόνους, αυξημένες κατά 29% σε αξία και 3% σε ποσότητα. Η Ελβετία καταλαμβάνει την 4^η θέση με μερίδιο 8,7% σε αξία και 6,7% σε ποσότητα και εξαγωγές ύψους 369 εκ. ευρώ και 35 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 17,6% σε αξία και μειωμένες κατά 15,7% σε ποσότητα. Την πρώτη πεντάδα συμπληρώνει η Ιταλία με μερίδιο 8,6% σε αξία και 9,1% σε ποσότητα και εξαγωγές ύψους 365 εκ. ευρώ και 47,6 χιλ. τόνων (+13,5% σε αξία, -1% σε ποσότητα).

Η **Ελλάδα** βρίσκεται στην 27^η θέση μεταξύ των προμηθευτών της Γερμανίας σε σοκολάτες και προϊόντα που περιέχουν κακάο, με συνολική αξία εξαγωγών 3,2 εκ. ευρώ και ποσότητα 450 τόνους, έχοντας καταγράψει εντυπωσιακή άνοδο της τάξης του 160% σε αξία και 130% σε ποσότητα. Παρόλα αυτά, οι ελληνικές εξαγωγές καταλαμβάνουν εξαιρετικά χαμηλό μερίδιο επί των συνολικών γερμανικών εισαγωγών, που ανέρχεται σε μόλις 0,08% σε όρους αξίας και 0,09% σε όρους ποσότητας.

ii) Ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο (ΚΣΟ 1704)

Οι γερμανικές εισαγωγές προϊόντων του Κωδικού Συνδυασμένης Ονοματολογίας (ΚΣΟ) 1704 – Ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο διαμορφώθηκαν σε 1,1 δισ. ευρώ και 220 χιλ. τόνους το 2025, έχοντας αυξηθεί κατά 6,4% σε όρους αξίας και οριακά μειωθεί κατά 0,1% σε όρους ποσότητας σε σχέση με το 2024. Εντός του ΚΣΟ 1704, το μεγαλύτερο μερίδιο καταλαμβάνουν τα γλυκίσματα με βάση τους ζελέδες (ΚΣΟ 17049065) με μερίδιο 25,2% σε αξία και 34% σε ποσότητα επί των συνολικών εισαγωγών της κατηγορίας και ύψος 280,5 εκ. ευρώ και 75 χιλ. τόνους. Ακολουθούν τα λοιπά ζαχαρωτά τύπου marshmallows, χαλβάς και λουκούμια με μερίδιο 23,5% σε αξία και 21,6% σε ποσότητα και ύψος εισαγωγών 261 εκ. ευρώ και 47,6 χιλ. τόνους, αυξημένες κατά 1,75% σε αξία και μειωμένες κατά 2,4% σε ποσότητα και η λευκή σοκολάτα με μερίδιο 20,4% σε αξία και 11,8% σε ποσότητα και ύψος εισαγωγών 227,2 εκ. ευρώ και 26 χιλ. τόνους (+20% σε αξία και -3,6% σε ποσότητα).

Οι εισαγωγές της Γερμανίας στα προϊόντα αυτής της κατηγορίας προέρχονται σε ποσοστό 85% από τις χώρες της Ε.Ε. Την 1^η θέση μεταξύ των προμηθευτών της Γερμανίας καταλαμβάνει η Ολλανδία με μερίδιο 18,9% σε αξία και 22,6% σε ποσότητα και εξαγωγές ύψους 210 εκ. ευρώ και 49,8 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 13% και 12,3% αντίστοιχα. Στη 2^η θέση βρίσκεται το Βέλγιο με μερίδιο 17,8% σε αξία και 16,4% σε ποσότητα και ύψος εξαγωγών 198,4 εκ. ευρώ και 36 χιλ. τόνων (+14% σε αξία, -1% σε ποσότητα). Ακολουθεί στην 3^η θέση η Πολωνία με μερίδιο 11,6% σε αξία και 10,4% σε ποσότητα και ύψος 129 εκ. ευρώ και 22,9 χιλ. τόνους (+7,5% σε αξία, -3% σε ποσότητα). Στην 4^η θέση βρίσκεται η Ισπανία με μερίδιο 8% σε αξία και 11,4% σε ποσότητα και ύψος εξαγωγών 198,4 εκ. ευρώ και 36 χιλ. τόνων (+1,4% σε αξία και σε ποσότητα). Την πρώτη πεντάδα συμπληρώνει η Ελβετία με μερίδιο 6,5% σε αξία και 3,8% σε ποσότητα, και ύψος εξαγωγών 72 εκ. ευρώ και 8,4 χιλ. τόνους (+17% σε αξία, -4,3% σε ποσότητα).

Η **Ελλάδα** βρίσκεται στη 12^η θέση με συνολική αξία εξαγωγών 23,7 εκ. ευρώ και ποσότητα 2,9 χιλ. τόνους, έχοντας καταγράψει πτώση της τάξης του 4,7% σε αξία και άνοδο 7% σε ποσότητα, καταλαμβάνοντας μερίδια 2,1% και 1,3% αντιστοίχως.

Γερμανικές εισαγωγές ζαχαρωδών προϊόντων χωρίς κακάο (ΚΣΟ 1704), 2023-2025

ΚΣΟ – Περιγραφή προϊόντων	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
1704 Ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο	1.113.106.697	220.034.267	1.045.724.296	220.277.861	969.045.019	218.201.639	6,44%	-0,11%	100,00%	100,00%
170410 Τσίχλες	45.244.843	6.274.565	40.463.489	6.205.033	47.471.402	6.791.673	11,82%	1,12%	4,06%	2,85%
170490 Άλλα ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο, εκτός από τσίχλες	1.067.861.854	213.759.702	1.005.260.807	214.072.828	921.573.617	211.409.966	6,23%	-0,15%	95,94%	97,15%
17049010 Εκχυλίσματα γλυκόριζας	11.304.707	1.424.333	6.047.118	1.097.524	5.546.030	1.193.381	86,94%	29,78%	1,02%	0,65%
17049030 Λευκή σοκολάτα	227.237.317	25.934.663	189.710.736	26.901.521	117.073.667	24.491.828	19,78%	-3,59%	20,41%	11,79%
17049051 Πάστες και μάζες (αμυγδαλόπαστα)	27.470.078	14.337.346	34.498.652	17.462.869	30.435.369	15.927.070	-20,37%	-17,90%	2,47%	6,52%
17049055 Δισκία (παστίλιες) για το λαιμό και ζαχαρόπηκτα για το βήχα	23.082.468	3.877.529	27.614.381	4.614.531	32.040.201	5.618.302	-16,41%	-15,97%	2,07%	1,76%
17049061 Κουφέτα	107.772.742	17.105.080	109.233.598	18.761.535	93.621.022	18.457.633	-1,34%	-8,83%	9,68%	7,77%
17049065 Γόμες και άλλα γλυκίσματα με βάση τους ζελέδες	280.477.185	74.846.073	258.051.700	69.144.677	256.789.592	66.735.833	8,69%	8,25%	25,20%	34,02%
17049071 Καραμέλες (bonbons) από βρασμένα ζάχαρα	65.617.874	14.004.739	56.613.875	12.145.838	63.781.639	13.069.927	15,90%	15,30%	5,90%	6,36%
17049075 Καραμέλες	45.883.798	12.081.358	50.009.578	12.600.055	47.050.483	12.482.761	-8,25%	-4,12%	4,12%	5,49%
17049081 Άλλα ζαχαρώδη προϊόντα που λαμβάνονται με συμπίεση	17.929.416	2.538.126	16.890.762	2.543.337	17.064.471	2.646.134	6,15%	-0,20%	1,61%	1,15%
17049099 Άλλα (ζαχαρωτά τύπου marshmallows, χαλβάς, λουκούμια)	261.086.269	47.610.455	256.590.407	48.800.941	258.171.143	50.787.097	1,75%	-2,44%	23,46%	21,64%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

20 πρώτοι προμηθευτές Γερμανίας σε ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο (ΚΣΟ 1704), 2023-2025

α/α	Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
	Σύνολο εισαγωγών	1.113.106.697	220.034.267	1.045.724.296	220.277.861	969.045.019	218.201.639	6,44%	-0,11%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	944.941.405	191.218.011	882.381.653	188.940.674	812.865.462	187.699.001	7,09%	1,21%	84,89%	86,90%
	Extra-EU	168.165.292	28.816.256	163.342.643	31.337.187	156.179.557	30.502.638	2,95%	-8,04%	15,11%	13,10%
1	Ολλανδία	210.039.299	49.807.695	185.869.359	44.348.548	172.105.619	38.548.073	13,00%	12,31%	18,87%	22,64%
2	Βέλγιο	198.391.885	36.179.822	174.404.682	36.572.393	149.710.423	39.389.758	13,75%	-1,07%	17,82%	16,44%
3	Πολωνία	129.041.078	22.924.783	119.990.529	23.643.697	106.637.884	23.683.576	7,54%	-3,04%	11,59%	10,42%
4	Ισπανία	89.627.957	25.125.983	88.318.502	24.805.260	90.601.597	25.740.866	1,48%	1,29%	8,05%	11,42%
5	Ελβετία	72.094.774	8.368.739	61.662.364	8.742.831	53.781.076	7.855.843	16,92%	-4,28%	6,48%	3,80%
6	Δανία	59.628.136	9.883.194	48.247.702	8.263.268	50.751.509	8.513.909	23,59%	19,60%	5,36%	4,49%
7	Ιταλία	48.950.059	7.294.589	44.963.400	8.323.052	40.556.619	8.769.444	8,87%	-12,36%	4,40%	3,32%
8	Ιρλανδία	44.510.664	5.474.705	51.888.305	6.514.877	36.053.519	5.711.983	-14,22%	-15,97%	4,00%	2,49%
9	Αυστρία	40.045.480	12.060.074	34.351.880	9.130.221	44.165.774	11.730.312	16,57%	32,09%	3,60%	5,48%
10	Γαλλία	38.649.358	7.172.004	44.297.667	8.600.482	41.608.276	8.772.626	-12,75%	-16,61%	3,47%	3,26%
11	Τουρκία	31.747.282	7.398.752	37.188.194	9.526.787	39.668.798	10.592.283	-14,63%	-22,34%	2,85%	3,36%
12	Ελλάδα	23.655.890	2.875.254	24.812.250	2.686.596	24.124.365	2.681.099	-4,66%	7,02%	2,13%	1,31%
13	Κίνα	20.326.541	3.581.033	18.302.118	2.991.831	19.119.867	2.738.163	11,06%	19,69%	1,83%	1,63%
14	Ουγγαρία	16.865.899	2.920.537	29.005.451	7.695.624	24.225.760	6.638.576	-41,85%	-62,05%	1,52%	1,33%
15	Ην. Βασίλειο	15.385.127	2.223.988	16.744.950	2.376.441	18.942.456	2.659.538	-8,12%	-6,42%	1,38%	1,01%
16	Σουηδία	13.038.426	1.732.444	10.617.625	1.595.431	9.518.715	1.642.581	22,80%	8,59%	1,17%	0,79%
17	Τσεχία	11.978.022	3.348.953	7.420.211	2.029.781	9.085.140	2.715.340	61,42%	64,99%	1,08%	1,52%
18	Ταϊλάνδη	7.932.151	780.215	7.092.955	729.907	6.610.398	778.904	11,83%	6,89%	0,71%	0,35%
19	Ουκρανία	5.966.991	2.315.268	6.577.352	2.660.843	4.511.973	2.137.146	-9,28%	-12,99%	0,54%	1,05%
20	Σλοβακία	5.318.819	1.616.682	6.439.107	1.667.468	6.548.673	1.488.633	-17,40%	-3,05%	0,48%	0,73%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

iii) Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (ΚΣΟ 1905)

Οι γερμανικές εισαγωγές προϊόντων αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (ΚΣΟ 1905) ανήλθαν το 2025 σε 4,1 δισ. ευρώ και σε ποσότητα 1,16 εκ. τόνους, έχοντας αυξηθεί σημαντικά κατά 11,3% σε όρους αξίας και κατά 4,4% σε όρους ποσότητας. Μεταξύ των επιμέρους προϊόντων της κατηγορίας, το μεγαλύτερο μερίδιο καταλαμβάνουν:

- οι τάρτες φρούτων, ψωμί με σταφίδες, πανετόνε, μαρέγκες, χριστουγεννιάτικα στόλεν, κρουασάν και άλλα προϊόντα αρτοποιίας (ΚΣΟ 19059070) με μερίδιο 24,5% σε αξία και 21% σε ποσότητα και εισαγωγές αξίας 1 δισ. ευρώ και ποσότητας 248 χιλ. τόνων, έχοντας αυξηθεί κατά 10% σε αξία και 2% σε ποσότητα,
- οι πίτσες, κίς και άλλα είδη αρτοποιίας (ΚΣΟ 19059080) με μερίδιο 18,6% σε αξία και 22% σε ποσότητα και εισαγωγές αξίας 764 εκ. ευρώ και ποσότητας 259 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 10,6% τόσο σε αξία όσο και σε ποσότητα,
- τα προϊόντα παραγόμενα με εξώθηση ή διόγκωση, αλατισμένα ή αρωματισμένα (ΚΣΟ 19059055) (γαριδάκια και λοιπά αλμυρά σνακ) με μερίδιο 9,5% σε αξία και 9,2% σε ποσότητα και εισαγωγές αξίας 391 εκ. ευρώ και ποσότητας 107 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 15,6% σε αξία και 7,8% σε ποσότητα,
- τα γλυκά μπισκότα με χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά γάλακτος (ΚΣΟ 19053199) με μερίδιο 6% και εισαγωγές αξίας 248 εκ. ευρώ και ποσότητας 69,5 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 8% σε αξία και 4,7% σε ποσότητα και
- τα μπισκότα με προσθήκη γλυκαντικών, εντελώς ή μερικώς περιτυλιγμένα ή επικαλυμμένα με σοκολάτα (ΚΣΟ 19053119) με μερίδιο 4,9% σε αξία και 3% σε ποσότητα και εισαγωγές αξία 202 εκ. ευρώ και ποσότητας 34,6 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 16,3% σε αξία και 3,6% σε ποσότητα.

Το συντριπτικό μερίδιο (93%) των εισαγωγών της Γερμανίας σε προϊόντα του Κωδικού 1905 προέρχεται από τα κ-μ της Ε.Ε. Μεταξύ των προμηθευτών, την 1^η θέση καταλαμβάνει η Πολωνία με μερίδιο 18,6% σε αξία και 17,5% σε ποσότητα και εξαγωγές αξίας 766,6 εκ. ευρώ και ποσότητας 203 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 2,8% σε αξία και μειωμένες κατά 4% σε ποσότητα. Ακολουθεί στη 2^η θέση η Ολλανδία με εισαγωγές 619,6 εκ. ευρώ, ποσότητα 198 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 10% σε αξία και μειωμένες κατά 6% σε ποσότητα, καταλαμβάνοντας μερίδιο 15% σε αξία και 17% σε ποσότητα. Στην 3^η θέση βρίσκεται η Ιταλία με συνολικές εξαγωγές 597 εκ. ευρώ, ποσότητας 147 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 12,7% σε αξία και 13,7% σε ποσότητα και μερίδιο 14,5% σε αξία και 12,6% σε ποσότητα. Την 4^η θέση κατέχει η Γαλλία με εξαγωγές αξίας 485 εκ. ευρώ και ποσότητας 140 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 5,5% σε αξία και μειωμένες κατά 1,5% σε ποσότητα και μερίδιο 11,8% σε αξία και 12% σε ποσότητα. Η πρώτη πεντάδα συμπληρώνεται από το Βέλγιο με εξαγωγές αξίας 386 εκ. ευρώ και ποσότητας 108 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 14,7% σε αξία και 7,7% σε ποσότητα, καταλαμβάνοντας μερίδιο 9,4% ως προς την αξία και 9,3% ως προς την ποσότητα.

Η **Ελλάδα** βρίσκεται στη 12^η θέση μεταξύ των προμηθευτών της Γερμανίας, με εξαγωγές αξίας 50 εκ. ευρώ και ποσότητας 18 χιλ. τόνων, έχοντας καταγράψει αύξηση 13,7% σε όρους αξίας και 8,6% σε όρους ποσότητας και καταλαμβάνοντας μερίδιο 1,2% ως προς την αξία και 1,6% ως προς την ποσότητα.

Γερμανικές εισαγωγές ζαχαρωδών προϊόντων αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (ΚΣΟ 1905), 2023-2025

ΚΣΟ – Περιγραφή προϊόντων	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
1905 Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας	4.117.447.000	1.164.745.133	3.699.357.161	1.115.556.317	3.650.807.822	1.104.230.040	11,30%	4,41%	100,00%	100,00%
190510 Ψωμί τύπου φρυγανιάς με την ονομασία «Knäckebröt»	44.668.298	11.856.748	32.260.275	8.964.585	24.510.828	7.413.857	38,46%	32,26%	1,08%	1,02%
190520 Ψωμί με καρυκεύματα	43.017.020	10.045.346	40.569.827	10.257.811	42.231.940	10.963.408	6,03%	-2,07%	1,04%	0,86%
190531 Μπισκότα με προσθήκη γλυκαντικών	717.604.300	170.378.686	622.952.930	164.095.787	612.671.776	164.961.638	15,19%	3,83%	17,43%	14,63%
19053111 Μπισκότα με προσθήκη γλυκαντικών, εντελώς ή μερικώς περιτυλιγμένα ή επικαλυμμένα με σοκολάτα ή με άλλα παρασκευάσματα που περιέχουν κακάο, σε συσκευασίες <= 85 g	87.165.208	17.614.351	58.879.211	16.146.395	47.335.399	13.055.750	48,04%	9,09%	2,12%	1,51%
19053119 Μπισκότα με προσθήκη γλυκαντικών, εντελώς ή μερικώς περιτυλιγμένα ή επικαλυμμένα με σοκολάτα ή με άλλα παρασκευάσματα που περιέχουν κακάο, σε συσκευασίες > 85 g	202.075.529	34.614.278	173.679.912	33.401.572	160.412.689	32.819.354	16,35%	3,63%	4,91%	2,97%
19053130 Μπισκότα με προσθήκη γλυκαντικών, περιεκτικότητας κατά βάρος σε λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα >= 8%	57.696.086	12.409.797	53.463.406	12.116.951	47.252.516	11.656.981	7,92%	2,42%	1,40%	1,07%
19053191 Μπισκότα διπλά παραγεμισμένα, περιεκτικότητας κατά βάρος σε λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα < 8%	122.295.943	36.253.986	107.292.836	36.074.441	108.834.126	38.687.436	13,98%	0,50%	2,97%	3,11%
19053199 Άλλα μπισκότα με προσθήκη γλυκαντικών, περιεκτικότητας κατά βάρος σε λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα < 8%	248.371.534	69.486.274	229.637.565	66.356.428	248.837.046	68.742.117	8,16%	4,72%	6,03%	5,97%
190532 Γκόφρες και γκοφρέτες	535.958.729	98.530.406	460.125.269	91.096.700	423.223.552	89.839.025	16,48%	8,16%	13,02%	8,46%
190540 Φρυγανιές, ψωμί φρυγανισμένο και παρόμοια ψημένα προϊόντα	84.198.831	28.472.371	81.814.143	28.874.283	77.774.061	27.053.794	2,91%	-1,39%	2,04%	2,44%
19054010 Φρυγανιές	13.662.905	3.823.034	11.779.796	3.012.480	11.781.626	3.106.761	15,99%	26,91%	0,33%	0,33%
19054090 Ψωμί φρυγανισμένο και παρόμοια ψημένα προϊόντα	70.535.926	24.649.337	70.034.347	25.861.803	65.992.435	23.947.033	0,72%	-4,69%	1,71%	2,12%
190590 Άλλα προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας	2.691.999.822	845.461.576	2.461.634.717	812.267.151	2.470.395.665	803.998.318	9,36%	4,09%	65,38%	72,59%
19059045 Μπισκότα (χωρίς προσθήκη γλυκαντικών)	118.764.142	37.494.496	109.538.491	33.450.282	104.221.197	28.700.574	8,42%	12,09%	2,88%	3,22%

ΚΣΟ – Περιγραφή προϊόντων	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
19059055 Προϊόντα παραγόμενα με εξώθηση ή διόγκωση, αλατισμένα ή αρωματισμένα	390.846.365	107.182.109	338.091.001	99.420.421	355.480.574	100.054.775	15,60%	7,81%	9,49%	9,20%
19059070 Τάρτες φρούτων, ψωμί με σταφίδες, πανετόνε, μαρέγκες, χριστουγεννιάτικα στόλεν, κρουασάν και άλλα προϊόντα αρτοποιίας με κατά βάρος περιεκτικότητα σε σακχαρόζη, ιμβερτοποιημένο σάκχαρο ή ισογλυκόζη >=5%	1.007.270.726	248.196.973	916.175.850	242.940.708	913.231.731	245.345.571	9,94%	2,16%	24,46%	21,31%
19059080 Πίτσες, κίς και άλλα είδη αρτοποιίας που περιέχουν κατά βάρος <5% σακχαρόζη, ιμβερτοποιημένο σάκχαρο ή ισογλυκόζη	763.754.385	258.877.114	690.583.050	234.157.439	699.563.491	235.660.916	10,60%	10,56%	18,55%	22,23%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

20 πρώτοι προμηθευτές Γερμανίας σε προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (ΚΣΟ 1905), 2023-2025

α/α	Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
	Σύνολο εισαγωγών	4.117.447.000	1.164.745.133	3.699.357.161	1.115.556.317	3.650.807.822	1.104.230.040	11,30%	4,41%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	3.841.949.187	1.094.030.466	3.447.021.726	1.049.551.754	3.435.260.034	1.047.379.998	11,46%	4,24%	93,31%	93,93%
	Extra-EU	275.497.813	70.714.667	252.335.435	66.004.563	215.547.788	56.850.042	9,18%	7,14%	6,69%	6,07%
1	Πολωνία	766.577.164	203.292.429	746.009.829	211.731.896	719.932.444	199.339.280	2,76%	-3,99%	18,62%	17,45%
2	Ολλανδία	619.610.567	197.791.190	563.531.563	210.220.093	639.194.051	232.462.300	9,95%	-5,91%	15,05%	16,98%
3	Ιταλία	596.625.732	146.979.881	529.584.240	129.248.448	497.162.891	122.592.025	12,66%	13,72%	14,49%	12,62%
4	Γαλλία	484.828.423	140.428.271	459.513.316	142.491.052	468.220.426	144.622.851	5,51%	-1,45%	11,77%	12,06%
5	Βέλγιο	386.347.529	108.150.815	336.813.662	100.428.113	365.692.789	110.891.515	14,71%	7,69%	9,38%	9,29%
6	Αυστρία	317.742.810	99.127.000	269.977.689	88.720.204	277.287.698	91.794.573	17,69%	11,73%	7,72%	8,51%
7	Ισπανία	114.529.149	34.930.661	84.335.452	28.195.588	76.428.840	24.949.391	35,80%	23,89%	2,78%	3,00%
8	Δανία	105.652.856	27.435.872	97.729.797	27.907.250	83.317.234	24.741.127	8,11%	-1,69%	2,57%	2,36%
9	Σουηδία	94.780.856	25.825.741	84.063.894	22.241.917	74.467.774	21.305.946	12,75%	16,11%	2,30%	2,22%

α/α	Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
10	Τουρκία	91.276.685	25.248.079	85.371.210	25.553.378	69.231.096	21.255.245	6,92%	-1,19%	2,22%	2,17%
11	Τσεχία	64.124.416	18.793.251	48.488.635	16.014.551	39.676.936	12.684.879	32,25%	17,35%	1,56%	1,61%
12	Ελλάδα	50.132.927	18.131.837	44.104.514	16.688.470	35.864.143	13.648.397	13,67%	8,65%	1,22%	1,56%
13	Ην. Βασίλειο	47.505.556	9.202.494	42.030.450	8.739.713	39.169.989	8.637.384	13,03%	5,30%	1,15%	0,79%
14	Ελβετία	39.070.497	4.315.348	40.877.114	4.897.831	44.215.256	5.057.581	-4,42%	-11,89%	0,95%	0,37%
15	Βουλγαρία	37.909.678	8.751.020	28.088.120	6.426.573	30.888.369	7.301.866	34,97%	36,17%	0,92%	0,75%
16	Κροατία	37.273.245	16.572.137	23.422.470	11.326.842	18.860.306	8.699.633	59,13%	46,31%	0,91%	1,42%
17	Ουγγαρία	32.623.266	10.514.773	30.441.506	8.605.565	22.569.207	6.450.242	7,17%	22,19%	0,79%	0,90%
18	Ρουμανία	31.821.405	7.307.528	22.923.943	5.752.100	17.695.856	4.449.455	38,81%	27,04%	0,77%	0,63%
19	Ουκρανία	26.462.027	8.503.111	17.290.562	6.492.675	10.403.099	4.567.145	53,04%	30,96%	0,64%	0,73%
20	Πορτογαλία	22.798.213	4.713.008	9.675.021	2.381.008	7.355.289	1.793.728	135,64%	97,94%	0,55%	0,40%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

iv) Ξηροί καρποί

Το συγκεκριμένο κεφάλαιο εξετάζει τις εισαγωγές της Γερμανίας των προϊόντων των Κωδικών Συνδυασμένης Ονοματολογίας 0802 Άλλοι καρποί με κέλυφος, νωποί ή ξηροί, έστω και χωρίς το κέλυφος ή τη φλούδα τους, 080620 Σταφίδες και 081350 Μείγματα αποξηραμένων καρπών και φρούτων.

- ❖ **ΚΣΟ 0802 – Άλλοι καρποί με κέλυφος, νωποί ή ξηροί, έστω και χωρίς το κέλυφος ή τη φλούδα τους:** Οι γερμανικές εισαγωγές ανήλθαν το 2025 σε 2,6 δισ. ευρώ και 348 χιλ. τόνους, καταγράφοντας αύξηση 3,7% σε όρους αξίας και μείωση 7,9% σε όρους ποσότητας. Εντός του κωδικού αυτού, το μεγαλύτερο μερίδιο (27%) καταλαμβάνουν τα αμύγδαλα χωρίς κέλυφος (ΚΣΟ 080212) με εισαγωγές αξίας 713 εκ. ευρώ και ποσότητας 118 χιλ. τόνων (+57% σε αξία, +22% σε ποσότητα) και ακολουθούν τα φουντούκια χωρίς κέλυφος (ΚΣΟ 080222) με εισαγωγές 569 εκ. ευρώ και 65 χιλ. τόνους (+5,3% σε αξία, -5,9% σε ποσότητα) και μερίδιο 21,7%, τα καρύδια χωρίς κέλυφος (ΚΣΟ 080232) με εισαγωγές 423 εκ. ευρώ και 63 χιλ. τόνους (+96% σε αξία, +33% σε ποσότητα) και μερίδιο 16%, τα φιστίκια με κέλυφος (ΚΣΟ 080251) με εισαγωγές 372 εκ. ευρώ και 48 χιλ. τόνους (+11,8% σε αξία, -5,6% σε ποσότητα) και μερίδιο 14% και τα φιστίκια χωρίς κέλυφος (ΚΣΟ 080252) με εισαγωγές αξίας 250 εκ. ευρώ και ποσότητας 14,5 χιλ. τόνων (+35% σε αξία, +10,4% σε ποσότητα) και μερίδιο 9,5%. Ως προς τους προμηθευτές της Γερμανίας, στην 1^η θέση, με διαφορά, βρίσκονται οι ΗΠΑ με μερίδιο 39% και συνολικές εξαγωγές 1 δισ. ευρώ, και ακολουθούν η Τουρκία (μερίδιο 11,5%, αξία εξαγωγών 302 εκ. ευρώ), η Ισπανία (μερίδιο 8,4%, αξία 220 εκ. ευρώ), η Χιλή (μερίδιο 6,6%, αξία 173 εκ. ευρώ) και η Ολλανδία (μερίδιο 5,9%, αξία 156 εκ. ευρώ). Η **Ελλάδα** βρίσκεται στην 33^η θέση με εξαγωγές ύψους 2,35 εκ. ευρώ, σημαντικά αυξημένες κατά 110%, οι οποίες περιλαμβάνουν κυρίως φιστίκια χωρίς κέλυφος (ΚΣΟ 080252), συνολικής αξίας 1,36 εκ. ευρώ, καθώς και κάστανα με κέλυφος (ΚΣΟ 080241), αξίας 771 χιλ. ευρώ.
- ❖ **ΚΣΟ 080620 – Σταφίδες:** οι γερμανικές εισαγωγές σταφίδας ανήλθαν σε 207 εκ. ευρώ και 69,7 χιλ. τόνους το 2025, έχοντας αυξηθεί σημαντικά κατά 23,3% σε αξία και κατά 3,8% σε ποσότητα. Το 89% των εισαγωγών αφορούν σε σταφίδες από σουλτανίνα (184 εκ. ευρώ) και το 11% σε σταφίδα μαύρη Κορινθιακή (3 εκ. ευρώ). Αναφορικά με τους προμηθευτές της Γερμανίας, στην 1^η θέση βρίσκεται η Νότιος Αφρική με μερίδιο 29% και αξία εξαγωγών 60,5 εκ. ευρώ, σημαντικά αυξημένες κατά 45%, και ακολουθούν η Τουρκία (μερίδιο 20%, αξία 40,8 εκ. ευρώ), η Ολλανδία (μερίδιο 12,7%, αξία 26 εκ. ευρώ), η Κίνα (μερίδιο 9%, αξία 19 εκ. ευρώ) και το Ουζμπεκιστάν (μερίδιο 5,4%, αξία 11 εκ. ευρώ). Η **Ελλάδα** βρίσκεται στη 13^η θέση με συνολικές εξαγωγές αξίας 1,7 εκ. ευρώ και ποσότητας 411 τόνων, μειωμένες κατά 7,3% σε αξία και 34% σε ποσότητα και μερίδιο μόλις 0,82% σε αξία και 0,6% σε ποσότητα.
- ❖ **ΚΣΟ 081350 – Μείγματα αποξηραμένων καρπών και φρούτων:** οι εισαγωγές μειγμάτων αποξηραμένων καρπών και φρούτων ανήλθαν το 2025 σε 31 εκ. ευρώ και 3,2 χιλ. τόνους, καταγράφοντας σημαντική αύξηση κατά 44% σε αξία και 35% σε ποσότητα. Ως προς τους προμηθευτές της Γερμανίας, στην 1^η θέση βρίσκεται η Ολλανδία με μερίδιο 27% και αξία εξαγωγών 8,3 εκ. ευρώ, σημαντικά αυξημένες κατά 129%, και ακολουθούν η Αυστρία (μερίδιο 23%, αξία 7,1 εκ. ευρώ), η Σλοβακία (μερίδιο 22,7%, αξία 7 εκ. ευρώ), η Σερβία (μερίδιο 6%, αξία 1,9 εκ. ευρώ) και η Λιθουανία (μερίδιο 3,8%, αξία 1,2 εκ. ευρώ). Η **Ελλάδα** βρίσκεται στην 20^η θέση με συνολικές εξαγωγές αξίας 30 χιλ. ευρώ και ποσότητας 2,5 τόνων και μερίδιο μόλις 0,1% σε αξία και 0,08% σε ποσότητα.

Γερμανικές εισαγωγές ξηρών καρπών (ΚΣΟ 0802, 080620, 081350), 2023-2025

ΚΣΟ Περιγραφή προϊόντων	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
0802 Άλλοι καρποί με κέλυφος, νωποί ή ξεροί, έστω και χωρίς το κέλυφος ή τη φλούδα τους	2.627.820.667	348.007.372	1.958.999.520	310.297.848	1.702.453.794	288.562.239	34,14%	12,15%	100,00%	100,00%
080211 Αμύγδαλα με κέλυφος	4.996.144	820.782	4.816.340	891.449	6.772.781	1.101.344	3,73%	-7,93%	0,19%	0,24%
080212 Αμύγδαλα χωρίς κέλυφος	712.609.983	117.816.864	454.085.774	96.455.016	443.026.567	99.746.622	56,93%	22,15%	27,12%	33,85%
080221 Φουντούκια με κέλυφος	9.680.427	2.126.207	5.810.245	1.354.220	6.633.781	1.954.648	66,61%	57,01%	0,37%	0,61%
080222 Φουντούκια χωρίς κέλυφος	569.079.651	65.477.336	540.394.122	69.562.472	444.912.460	70.046.050	5,31%	-5,87%	21,66%	18,81%
080231 Καρύδια κοινά με κέλυφος	42.096.214	14.152.870	26.069.162	11.147.272	23.356.355	11.497.941	61,48%	26,96%	1,60%	4,07%
080232 Καρύδια κοινά χωρίς κέλυφος	423.195.235	62.917.719	215.911.651	47.230.246	180.600.082	41.027.992	96,00%	33,21%	16,10%	18,08%
080241 Κάστανα με κέλυφος	20.317.049	4.066.930	17.644.178	3.394.470	16.181.857	3.009.276	15,15%	19,81%	0,77%	1,17%
080242 Κάστανα χωρίς κέλυφος	4.767.744	947.293	5.222.217	1.005.242	4.886.972	942.209	-8,70%	-5,76%	0,18%	0,27%
080251 Φιστίκια με κέλυφος	371.765.265	47.649.695	332.571.979	50.498.943	255.004.248	33.936.235	11,78%	-5,64%	14,15%	13,69%
080252 Φιστίκια χωρίς κέλυφος	250.510.796	14.502.019	185.793.031	13.140.113	148.369.837	10.846.503	34,83%	10,36%	9,53%	4,17%
080262 Καρύδια Αυστραλίας (μακαδαμίας) χωρίς κέλυφος	66.967.195	5.959.770	37.975.245	4.485.699	36.123.396	3.752.097	76,34%	32,86%	2,55%	1,71%
080292 Κουκουναρόσποροι, χωρίς το κέλυφος	88.284.260	4.860.644	76.215.446	4.374.650	83.683.342	4.768.138	15,84%	11,11%	3,36%	1,40%
080299 Άλλα	62.014.897	6.447.023	55.776.195	6.593.920	52.013.173	5.782.098	11,19%	-2,23%	2,36%	1,85%
080620 Σταφίδες	207.307.149	69.701.490	168.084.600	67.177.564	129.670.383	67.094.896	23,34%	3,76%	100,00%	100,00%
08062010 Σταφίδα μαύρη κορινθιακή	3.174.867	837.833	2.988.053	1.085.745	1.837.493	971.322	6,25%	-22,83%	1,53%	1,20%
08062030 Σταφίδα από σουλτανίνα	184.063.617	62.802.170	152.253.667	61.541.922	119.468.292	62.748.473	20,89%	2,05%	88,79%	90,10%
08062090 Άλλες	20.068.665	6.061.487	12.842.880	4.549.897	8.364.598	3.375.101	56,26%	33,22%	9,68%	8,70%
081350 Μείγματα αποξηραμένων καρπών και φρούτων	31.043.673	3.207.901	21.520.757	2.374.219	14.116.525	1.835.659	44,25%	35,11%		

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

10 πρώτοι προμηθευτές Γερμανίας – Ξηροί καρποί (Αμύγδαλα, Φουντούκια, Καρύδια, Κάστανα, Φιστίκια), 2023-2025

α/α	Προϊόντα/Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
	0802 Άλλοι καρποί με κέλυφος, νωποί ή ξηροί, έστω και χωρίς το κέλυφος ή τη φλούδα τους	2.627.820.667	348.007.372	1.958.999.520	310.297.848	1.702.453.794	288.562.239	34,14%	12,15%	100,00%	100,00%
	Extra-EU	1.870.753.883	242.371.388	1.378.275.792	212.437.545	1.142.744.830	197.245.908	35,73%	14,09%	71,19%	69,65%
	Intra-EU	757.066.784	105.635.984	580.723.728	97.860.303	559.708.964	91.316.331	30,37%	7,95%	28,81%	30,35%
1	ΗΠΑ	1.023.149.867	147.730.459	663.661.600	125.649.981	557.969.086	114.209.452	54,17%	17,57%	38,94%	42,45%
2	Τουρκία	302.173.929	35.052.259	388.349.495	49.344.012	267.667.752	45.053.801	-22,19%	-28,96%	11,50%	10,07%
3	Ισπανία	220.232.719	32.689.975	153.332.555	29.245.601	121.154.833	22.929.720	43,63%	11,78%	8,38%	9,39%
4	Χιλή	173.036.232	22.296.477	60.750.357	8.038.270	66.658.918	10.347.351	184,83%	177,38%	6,58%	6,41%
5	Ολλανδία	155.794.659	22.942.251	132.768.110	24.144.657	115.648.382	21.872.427	17,34%	-4,98%	5,93%	6,59%
6	Ιταλία	152.287.126	17.946.349	122.059.515	16.053.632	130.161.237	16.291.205	24,76%	11,79%	5,80%	5,16%
7	Βέλγιο	106.215.984	13.705.568	76.304.574	11.315.132	101.663.098	14.283.424	39,20%	21,13%	4,04%	3,94%
8	Κίνα	89.035.791	9.058.374	69.321.353	6.006.175	72.273.409	4.864.789	28,44%	50,82%	3,39%	2,60%
9	Ιράν	79.171.989	3.925.842	73.353.820	4.864.250	61.965.645	4.073.678	7,93%	-19,29%	3,01%	1,13%
10	Μεξικό	37.126.752	3.602.901	22.028.813	2.385.718	20.749.428	2.131.818	68,54%	51,02%	1,41%	1,04%
33	Ελλάδα	2.351.703	274.902	1.120.545	212.473	1.359.832	211.516	109,87%	29,38%	0,09%	0,08%
	080211 Αμύγδαλα με κέλυφος	4.996.144	820.782	4.816.340	891.449	6.772.781	1.101.344	3,73%	-7,93%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	4.428.070	684.947	4.743.341	873.683	6.452.948	1.028.598	-6,65%	-21,60%	88,63%	83,45%
	Extra-EU	568.074	135.835	72.999	17.766	319.833	72.746	678,19%	664,58%	11,37%	16,55%
1	Ισπανία	2.326.802	367.940	1.757.099	328.026	970.251	208.495	32,42%	12,17%	46,57%	44,83%
2	Ιταλία	609.336	84.183	1.273.701	250.066	910.061	190.084	-52,16%	-66,34%	12,20%	10,26%
3	Βέλγιο	531.418	81.968	5.530	2.198	933	103	9509,73%	3629,21%	10,64%	9,99%
4	Αυστρία	414.490	64.779	916.552	146.835	3.069.410	313.979	-54,78%	-55,88%	8,30%	7,89%
5	ΗΠΑ	293.732	81.772	1.306	202	249.390	60.967	22390,96%	40381,19%	5,88%	9,96%
6	Πορτογαλία	283.015	44.003	138.000	20.485	57.150	9.000	105,08%	114,81%	5,66%	5,36%
7	Αφγανιστάν	200.682	26.204	58.071	9.253	45.107	6.717	245,58%	183,19%	4,02%	3,19%

α/α	Προϊόντα/Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
8	Ολλανδία	183.785	29.811	495.306	99.295	1.265.105	269.221	-62,89%	-69,98%	3,68%	3,63%
9	Δανία	28.823	3.244	42.362	5.998	87.711	16.440	-31,96%	-45,92%	0,58%	0,40%
10	Ουζμπεκιστάν	28.164	3.000	0	0	0	0	#ΔΙΑΙΡ/0!	#ΔΙΑΙΡ/0!	0,56%	0,37%
17	Ελλάδα	2.203	311	338	78	1.991	179	551,78%	298,72%	0,04%	0,04%
080212 Αμύγδαλα χωρίς κέλυφος		712.609.983	117.816.864	454.085.774	96.455.016	443.026.567	99.746.622	56,93%	22,15%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	371.448.410	55.925.589	248.723.764	48.533.327	203.583.058	41.252.497	49,34%	15,23%	52,13%	47,47%
	Extra-EU	341.161.573	61.891.275	205.362.010	47.921.689	239.443.509	58.494.125	66,13%	29,15%	47,87%	52,53%
1	ΗΠΑ	307.776.862	55.909.443	178.639.861	42.490.582	215.493.250	53.534.522	72,29%	31,58%	43,19%	47,45%
2	Ισπανία	208.117.524	30.581.908	141.958.709	27.173.503	113.244.786	21.610.035	46,60%	12,54%	29,20%	25,96%
3	Ολλανδία	62.803.847	10.434.984	47.485.861	10.617.008	47.420.107	10.758.251	32,26%	-1,71%	8,81%	8,86%
4	Ιταλία	54.283.647	7.488.648	29.528.847	5.256.815	19.871.426	3.707.352	83,83%	42,46%	7,62%	6,36%
5	Αυστραλία	23.348.869	4.389.533	18.659.368	4.109.848	16.643.271	3.749.041	25,13%	6,81%	3,28%	3,73%
6	Βέλγιο	16.293.737	2.855.529	5.796.281	1.268.652	10.129.375	2.842.479	181,11%	125,08%	2,29%	2,42%
7	Αυστρία	8.455.575	888.764	6.768.607	809.019	3.098.239	285.552	24,92%	9,86%	1,19%	0,75%
8	Πολωνία	7.189.201	1.509.583	6.149.912	1.381.310	4.245.084	973.462	16,90%	9,29%	1,01%	1,28%
9	Γαλλία	4.061.197	586.761	2.124.779	410.128	2.083.656	480.984	91,14%	43,07%	0,57%	0,50%
10	Πορτογαλία	4.048.718	686.021	3.916.333	750.642	840.243	118.416	3,38%	-8,61%	0,57%	0,58%
32	Ελλάδα	38.078	4.111	18.294	1.575	343.351	25.602	108,14%	161,02%	0,01%	0,00%
080221 Φουντούκια με κέλυφος		9.680.427	2.126.207	5.810.245	1.354.220	6.633.781	1.954.648	66,61%	57,01%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	5.544.723	973.664	4.448.643	874.575	4.398.863	938.360	24,64%	11,33%	57,28%	45,79%
	Extra-EU	4.135.704	1.152.543	1.361.602	479.645	2.234.918	1.016.288	203,74%	140,29%	42,72%	54,21%
1	ΗΠΑ	4.057.006	1.131.417	1.295.158	458.939	2.016.347	967.593	213,24%	146,53%	41,91%	53,21%
2	Γαλλία	2.511.341	529.557	1.901.543	465.350	2.102.241	516.600	32,07%	13,80%	25,94%	24,91%
3	Bulgaria	1.773.088	204.430	1.456.677	215.310	896.572	166.640	21,72%	-5,05%	18,32%	9,61%
4	Ισπανία	740.575	144.655	8.506	1.312	161.171	45.155	8606,50%	10925,53%	7,65%	6,80%
5	Αυστρία	267.666	44.597	65.367	7.852	38.723	4.571	309,48%	467,97%	2,77%	2,10%
6	Τσεχία	130.551	31.154	0	0	157	11			1,35%	1,47%

α/α	Προϊόντα/Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
7	Γεωργία	74.000	20.000	0	0	0	0			0,76%	0,94%
8	Ιταλία	54.998	8.535	142.444	20.885	73.447	13.801	-61,39%	-59,13%	0,57%	0,40%
9	Ολλανδία	36.330	5.775	620.311	98.211	964.396	152.337	-94,14%	-94,12%	0,38%	0,27%
10	Ελλάδα	12.465	2.290	632	115	947	75	1872,31%	1891,30%	0,13%	0,11%
080222 Φουντούκια χωρίς κέλυφος		569.079.651	65.477.336	540.394.122	69.562.472	444.912.460	70.046.050	5,31%	-5,87%	100,00%	100,00%
	Extra-EU	457.732.761	54.298.970	442.295.100	58.624.033	333.564.300	57.471.143	3,49%	-7,38%	80,43%	82,93%
	Intra-EU	111.346.890	11.178.366	98.099.022	10.938.439	111.348.160	12.574.907	13,50%	2,19%	19,57%	17,07%
1	Τουρκία	276.649.050	33.989.207	360.077.640	47.962.675	249.420.437	44.243.863	-23,17%	-29,13%	48,61%	51,91%
2	Χιλή	82.465.302	8.301.790	36.559.441	3.700.000	44.147.306	5.664.003	125,56%	124,37%	14,49%	12,68%
3	Ιταλία	77.659.391	7.469.950	77.409.746	8.199.477	98.701.397	10.742.420	0,32%	-8,90%	13,65%	11,41%
4	ΗΠΑ	61.665.001	7.660.986	19.604.411	3.186.627	6.011.181	1.259.712	214,55%	140,41%	10,84%	11,70%
5	Αζερμπαϊτζάν	28.061.345	3.325.905	18.393.617	2.594.940	23.357.602	4.163.798	52,56%	28,17%	4,93%	5,08%
6	Ολλανδία	23.318.542	2.412.502	13.009.081	1.827.850	8.140.163	1.213.292	79,25%	31,99%	4,10%	3,68%
7	Γεωργία	8.890.745	1.020.936	7.634.029	1.176.417	10.624.925	2.138.857	16,46%	-13,22%	1,56%	1,56%
8	Αυστρία	2.813.319	296.222	3.109.832	361.534	930.749	105.261	-9,53%	-18,07%	0,49%	0,45%
9	Πολωνία	2.761.323	238.300	1.085.643	123.277	213.034	26.324	154,35%	93,30%	0,49%	0,36%
10	Ισπανία	1.581.463	395.677	291.208	42.037	714.824	109.499	443,07%	841,26%	0,28%	0,60%
21	Ελλάδα	3.274	304	870	60	997	76	276,32%	406,67%	0,00%	0,00%
080231 Καρύδια κοινά με κέλυφος		42.096.214	14.152.870	26.069.162	11.147.272	23.356.355	11.497.941	61,48%	26,96%	100,00%	100,00%
	Extra-EU	28.413.906	10.054.107	12.110.649	6.576.848	9.800.993	6.001.102	134,62%	52,87%	67,50%	71,04%
	Intra-EU	13.682.308	4.098.763	13.958.513	4.570.424	13.555.362	5.496.839	-1,98%	-10,32%	32,50%	28,96%
1	ΗΠΑ	12.488.593	4.778.087	7.507.335	4.785.799	6.028.316	4.338.314	66,35%	-0,16%	29,67%	33,76%
2	Χιλή	11.880.560	3.798.148	2.606.669	1.217.799	2.829.716	1.370.366	355,78%	211,89%	28,22%	26,84%
3	Γαλλία	8.540.838	2.612.153	8.196.223	2.761.234	10.110.866	3.689.568	4,20%	-5,40%	20,29%	18,46%
4	Αυστραλία	2.250.172	609.121	1.864.236	509.920	794.035	227.940	20,70%	19,45%	5,35%	4,30%
5	Σλοβακία	1.567.092	436.152	592.124	161.821	114.450	30.076	164,66%	169,53%	3,72%	3,08%
6	Κίνα	1.458.935	769.536	60.642	28.300	0	0	2305,82%	2619,21%	3,47%	5,44%

		2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
α/α	Προϊόντα/Χώρες	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
7	Ολλανδία	1.406.945	321.938	932.407	283.897	1.792.488	928.734	50,89%	13,40%	3,34%	2,27%
8	Αυστρία	1.107.351	433.181	1.764.444	741.349	1.111.326	648.170	-37,24%	-41,57%	2,63%	3,06%
9	Ιταλία	536.762	104.600	218.823	55.685	51.715	8.912	145,30%	87,84%	1,28%	0,74%
10	Ουγγαρία	307.442	116.200	502.126	176.170	185.015	73.041	-38,77%	-34,04%	0,73%	0,82%
21	Ελλάδα	419	139	1.344	84	0	0	-68,82%	65,48%	0,00%	0,00%
	080232 Καρύδια κοινά χωρίς κέλυφος	423.195.235	62.917.719	215.911.651	47.230.246	180.600.082	41.027.992	96,00%	33,21%	100,00%	100,00%
	Extra-EU	367.964.140	53.571.048	168.260.656	37.606.907	144.322.938	33.848.420	118,69%	42,45%	86,95%	85,14%
	Intra-EU	55.231.095	9.346.671	47.650.995	9.623.339	36.277.144	7.179.572	15,91%	-2,87%	13,05%	14,86%
1	ΗΠΑ	251.719.970	35.675.404	126.207.701	29.541.535	112.354.668	27.537.041	99,45%	20,76%	59,48%	56,70%
2	Χιλή	78.164.814	10.122.537	20.935.369	3.012.469	19.092.624	3.208.419	273,36%	236,02%	18,47%	16,09%
3	Ολλανδία	25.291.131	4.912.612	25.623.286	5.408.484	17.796.644	4.052.629	-1,30%	-9,17%	5,98%	7,81%
4	Κίνα	15.197.704	3.997.574	7.315.616	2.170.073	2.781.066	803.881	107,74%	84,21%	3,59%	6,35%
5	Αυστρία	10.976.471	1.380.295	8.092.455	1.094.674	9.540.619	1.195.682	35,64%	26,09%	2,59%	2,19%
6	Μολδαβία	9.822.264	1.477.218	6.634.672	1.219.884	4.265.712	858.333	48,04%	21,09%	2,32%	2,35%
7	Ρουμανία	9.295.808	1.522.595	4.517.367	1.130.473	3.380.084	752.259	105,78%	34,69%	2,20%	2,42%
8	Ουκρανία	5.792.811	1.061.470	5.613.057	1.378.404	4.207.382	1.148.564	3,20%	-22,99%	1,37%	1,69%
9	Αυστραλία	4.609.809	762.750	697.722	140.150	0	0	560,69%	444,24%	1,09%	1,21%
10	Γαλλία	3.900.553	665.068	3.049.095	696.563	2.445.970	558.340	27,92%	-4,52%	0,92%	1,06%
27	Ελλάδα	39.466	5.780	48.114	5.012	47.436	6.812	-17,97%	15,32%	0,01%	0,01%
	080241 Κάστανα με κέλυφος	20.317.049	4.066.930	17.644.178	3.394.470	16.181.857	3.009.276	15,15%	19,81%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	20.160.570	4.041.025	17.494.004	3.368.896	16.056.927	2.994.167	15,24%	19,95%	99,23%	99,36%
	Extra-EU	156.479	25.905	150.174	25.574	124.930	15.109	4,20%	1,29%	0,77%	0,64%
1	Ιταλία	8.990.240	1.956.156	8.725.253	1.770.089	6.222.458	1.192.706	3,04%	10,51%	44,25%	48,10%
2	Ισπανία	3.424.969	751.229	2.866.145	610.945	2.355.170	507.174	19,50%	22,96%	16,86%	18,47%
3	Γαλλία	2.594.572	483.550	2.066.256	329.593	4.232.206	667.137	25,57%	46,71%	12,77%	11,89%
4	Αυστρία	2.461.622	283.078	2.079.875	221.513	952.341	135.053	18,35%	27,79%	12,12%	6,96%

α/α	Προϊόντα/Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
5	Πορτογαλία	1.500.511	260.991	404.946	68.905	1.104.849	192.835	270,55%	278,77%	7,39%	6,42%
6	Ελλάδα	770.955	163.284	1.002.551	200.120	832.978	165.600	-23,10%	-18,41%	3,79%	4,01%
7	Ολλανδία	334.397	125.731	298.577	157.661	336.425	130.319	12,00%	-20,25%	1,65%	3,09%
8	Ελβετία	111.886	14.742	101.249	13.208	121.756	14.505	10,51%	11,61%	0,55%	0,36%
9	Τουρκία	44.593	11.163	48.923	12.366	3.174	604	-8,85%	-9,73%	0,22%	0,27%
10	Πολωνία	39.304	7.223	34.959	4.625	7.139	738	12,43%	56,17%	0,19%	0,18%
080251 Φιστίκια με κέλυφος		371.765.265	47.649.695	332.571.979	50.498.943	255.004.248	33.936.235	11,78%	-5,64%	100,00%	100,00%
	Extra-EU	286.669.980	37.167.745	257.404.920	39.704.008	162.896.487	22.017.287	11,37%	-6,39%	77,11%	78,00%
	Intra-EU	85.095.285	10.481.950	75.167.059	10.794.935	92.107.761	11.918.948	13,21%	-2,90%	22,89%	22,00%
1	ΗΠΑ	277.655.570	35.981.189	241.288.144	37.557.485	149.735.162	20.498.034	15,07%	-4,20%	74,69%	75,51%
2	Βέλγιο	72.575.877	9.098.711	62.341.301	9.133.153	78.822.895	10.309.989	16,42%	-0,38%	19,52%	19,10%
3	Λουξεμβούργο	7.790.571	848.440	3.592.741	463.952	9.421.962	1.164.195	116,84%	82,87%	2,10%	1,78%
4	Αφγανιστάν	4.624.291	540.140	2.114.909	282.294	0	0	118,65%	91,34%	1,24%	1,13%
5	Ολλανδία	3.817.508	447.750	7.951.988	1.102.883	2.728.766	368.745	-51,99%	-59,40%	1,03%	0,94%
6	Ιράν	2.247.163	260.184	13.770.236	1.740.788	12.467.521	1.439.649	-83,68%	-85,05%	0,60%	0,55%
7	Τουρκία	1.223.767	169.758	92.874	27.324	507.266	55.107	1217,66%	521,28%	0,33%	0,36%
8	Συρία	755.674	194.445	70.433	83.435	0	0	972,90%	133,05%	0,20%	0,41%
9	Ιταλία	341.991	19.604	796.791	32.543	707.452	36.112	-57,08%	-39,76%	0,09%	0,04%
10	Ισπανία	264.674	27.979	322.089	47.588	251.612	25.836	-17,83%	-41,21%	0,07%	0,06%
14	Ελλάδα	32.632	3.040	32.200	2.264	38.697	3.275	1,34%	34,28%	0,01%	0,01%
080252 Φιστίκια χωρίς κέλυφος		250.510.796	14.502.019	185.793.031	13.140.113	148.369.837	10.846.503	34,83%	10,36%	100,00%	100,00%
	Extra-EU	212.081.827	11.033.107	156.310.205	10.017.305	115.280.145	7.687.564	35,68%	10,14%	84,66%	76,08%
	Intra-EU	38.428.969	3.468.912	29.482.826	3.122.808	33.089.692	3.158.939	30,34%	11,08%	15,34%	23,92%
1	ΗΠΑ	99.959.653	5.770.730	70.042.754	5.559.179	50.754.647	4.473.451	42,71%	3,81%	39,90%	39,79%
2	Ιράν	75.950.340	3.498.057	59.016.043	3.021.389	48.833.918	2.509.993	28,69%	15,78%	30,32%	24,12%
3	Τουρκία	17.204.872	619.448	22.459.337	1.062.681	14.597.137	608.720	-23,40%	-41,71%	6,87%	4,27%
4	Ολλανδία	17.142.035	2.104.268	18.173.295	2.288.408	16.821.920	1.885.514	-5,67%	-8,05%	6,84%	14,51%

α/α	Προϊόντα/Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
5	Συρία	12.437.953	732.490	1.766.809	163.734	746.921	70.260	603,98%	347,37%	4,97%	5,05%
6	Ιταλία	6.974.669	329.518	1.273.084	59.255	1.773.562	104.606	447,86%	456,10%	2,78%	2,27%
7	Αφγανιστάν	6.175.246	391.817	2.841.857	203.501	245.481	19.932	117,30%	92,54%	2,47%	2,70%
8	Λουξεμβούργο	4.155.224	382.040	3.939.809	437.041	7.239.034	742.368	5,47%	-12,58%	1,66%	2,63%
9	Βέλγιο	3.449.634	354.377	2.140.158	183.534	2.859.878	228.624	61,19%	93,09%	1,38%	2,44%
10	Πολωνία	2.779.845	100.669	2.952.976	110.082	2.614.943	91.866	-5,86%	-8,55%	1,11%	0,69%
11	Ελλάδα	1.362.069	81.610	3.458	273	16.966	1.022	39288,92%	29793,77%	0,54%	0,56%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελντορφ

20 πρώτοι προμηθευτές Γερμανίας – Σταφίδες (ΚΣΟ 080620), 2023-2025

α/α	Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
	Σύνολο εισαγωγών	207.307.149	69.701.490	168.084.600	67.177.564	129.670.383	67.094.896	23,34%	3,76%	100,00%	100,00%
	Extra-EU	158.067.615	55.222.041	129.128.706	53.283.892	106.646.264	56.856.334	22,41%	3,64%	76,25%	79,23%
	Intra-EU	49.239.534	14.479.449	38.955.894	13.893.672	23.024.119	10.238.562	26,40%	4,22%	23,75%	20,77%
1	N. Αφρική	60.478.174	21.167.695	41.808.418	18.395.658	36.732.004	18.991.163	44,66%	15,07%	29,17%	30,37%
2	Τουρκία	40.780.672	11.127.061	48.949.885	17.775.383	54.839.333	30.464.364	-16,69%	-37,40%	19,67%	15,96%
3	Ολλανδία	26.233.583	8.725.315	20.946.136	8.374.007	10.248.665	4.910.766	25,24%	4,20%	12,65%	12,52%
4	Κίνα	19.221.068	9.296.713	11.841.910	7.005.693	1.604.907	1.258.662	62,31%	32,70%	9,27%	13,34%
5	Ουζμπεκιστάν	11.124.772	3.492.741	6.980.186	2.375.924	3.410.893	1.722.921	59,38%	47,01%	5,37%	5,01%
6	Ιράν	9.890.229	4.288.532	5.497.144	2.227.372	1.594.246	857.000	79,92%	92,54%	4,77%	6,15%
7	Αυστρία	9.632.638	1.893.461	8.100.203	1.763.655	5.443.679	1.621.417	18,92%	7,36%	4,65%	2,72%
8	Βέλγιο	6.889.458	2.149.886	5.493.208	2.127.248	4.666.818	2.489.965	25,42%	1,06%	3,32%	3,08%
9	ΗΠΑ	6.048.251	1.823.012	3.459.759	988.937	4.206.601	1.247.299	74,82%	84,34%	2,92%	2,62%
10	Αργεντινή	5.495.399	2.164.303	5.940.561	2.551.121	900.670	460.106	-7,49%	-15,16%	2,65%	3,11%
11	Σλοβακία	2.538.283	662.009	691.578	198.007	34.162	6.034	267,03%	234,34%	1,22%	0,95%
12	Αυστραλία	2.295.486	703.628	2.159.113	685.498	772.361	261.923	6,32%	2,64%	1,11%	1,01%
13	Ελλάδα	1.703.673	411.338	1.838.761	621.494	1.176.648	607.526	-7,35%	-33,81%	0,82%	0,59%
14	Αφγανιστάν	1.610.038	687.380	1.393.441	543.886	1.745.731	956.058	15,54%	26,38%	0,78%	0,99%
15	Γαλλία	1.046.987	240.022	427.771	125.137	261.076	93.996	144,75%	91,81%	0,51%	0,34%
16	Χιλή	851.585	313.638	726.402	310.701	631.187	349.530	17,23%	0,95%	0,41%	0,45%
17	Σλοβενία	291.894	140.958	811.881	457.600	284.156	176.000	-64,05%	-69,20%	0,14%	0,20%
18	Πολωνία	239.159	65.266	365.044	126.388	662.633	214.463	-34,48%	-48,36%	0,12%	0,09%
19	Δανία	235.982	63.708	78.025	22.280	49.159	14.076	202,44%	185,94%	0,11%	0,09%
20	Τσεχία	208.140	71.496	21.828	14.830	31.333	24.499	853,55%	382,10%	0,10%	0,10%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

20 πρώτοι προμηθευτές Γερμανίας – Μείγματα αποξηραμένων καρπών και φρούτων (ΚΣΟ 081350), 2023-2025

α/α	Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
	Σύνολο εισαγωγών	31.043.673	3.207.901	21.520.757	2.374.219	14.116.525	1.835.659	44,25%	35,11%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	28.386.078	3.012.372	17.901.863	1.985.623	12.403.599	1.609.120	58,56%	51,71%	91,44%	93,90%
	Extra-EU	2.657.595	195.529	3.618.894	388.596	1.712.926	226.539	-26,56%	-49,68%	8,56%	6,10%
1	Ολλανδία	8.344.074	1.029.165	3.650.599	477.069	2.099.904	316.114	128,57%	115,73%	26,88%	32,08%
2	Αυστρία	7.090.405	703.872	5.402.550	583.246	4.303.396	443.087	31,24%	20,68%	22,84%	21,94%
3	Σλοβακία	7.049.123	766.343	5.526.419	590.142	2.592.642	373.091	27,55%	29,86%	22,71%	23,89%
4	Σερβία	1.920.549	63.644	1.999.581	82.935	534.420	21.356	-3,95%	-23,26%	6,19%	1,98%
5	Λιθουανία	1.170.231	25.969	70.015	1.276	17.162	986	1571,40%	1935,19%	3,77%	0,81%
6	Δανία	1.094.295	84.642	840.667	59.068	37.033	4.715	30,17%	43,30%	3,53%	2,64%
7	Γαλλία	910.828	82.700	66.387	3.334	724.848	73.626	1272,00%	2380,50%	2,93%	2,58%
8	Τσεχία	868.719	90.783	18.339	2.507	15.478	2.170	4637,00%	3521,18%	2,80%	2,83%
9	Ισπανία	855.647	106.955	519.463	67.115	1.011.033	188.875	64,72%	59,36%	2,76%	3,33%
10	Πολωνία	421.374	42.387	1.140.134	108.278	667.192	76.277	-63,04%	-60,85%	1,36%	1,32%
11	Σουηδία	327.720	32.879	4.932	660	29	1	6544,77%	4881,67%	1,06%	1,02%
12	Κίνα	233.233	14.402	169.122	8.310	159.896	7.350	37,91%	73,31%	0,75%	0,45%
13	Ιράν	165.984	62.259	196.784	85.905	120.238	42.641	-15,65%	-27,53%	0,53%	1,94%
14	Ιταλία	93.380	19.126	478.332	41.820	605.991	69.814	-80,48%	-54,27%	0,30%	0,60%
15	Τουρκία	93.060	9.249	709.548	112.094	303.105	40.556	-86,88%	-91,75%	0,30%	0,29%
16	Ουζμπεκιστάν	81.507	23.734	111.015	35.412	88.549	27.187	-26,58%	-32,98%	0,26%	0,74%
17	Μολδαβία	69.889	12.203	70.780	14.400	34.718	7.296	-1,26%	-15,26%	0,23%	0,38%
18	Βέλγιο	45.373	12.739	82.485	26.944	118.542	32.266	-44,99%	-52,72%	0,15%	0,40%
19	Βουλγαρία	33.649	4.135	336	115	33.413	3.140	9914,58%	3495,65%	0,11%	0,13%
20	Ελλάδα	30.910	2.479	15.079	2.830	51.202	10.044	104,99%	-12,40%	0,10%	0,08%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

ν) Παγωτό (ΚΣΟ 2105)

Οι εισαγωγές παγωτού της Γερμανίας ανήλθαν το 2025 σε 572 εκ. ευρώ και ποσότητα 152 χιλ. τόνους, έχοντας καταγράψει αύξηση της τάξης του 10% σε αξία και του 2,8% σε ποσότητα. Από αυτές, το μεγαλύτερο ποσοστό (62% σε αξία) αφορά παγωτά, που δεν περιέχουν ή περιέχουν κατά βάρος < 3% λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα (ΚΣΟ 21050010), συνολικής αξίας 353 εκ. ευρώ και ποσότητας 106 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 13% σε αξία και 4,8% σε ποσότητα. Ακολουθούν τα παγωτά, που περιέχουν κατά βάρος $\geq$ 7% λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα (ΚΣΟ 21050099) με μερίδιο 25,5% και εισαγωγές αξίας 146 εκ. ευρώ και ποσότητας 33 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 10% σε αξία και 4,6% σε ποσότητα και τέλος, τα παγωτά περιεκτικότητας κατά βάρος σε λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα $\geq$ 3% και < 7% (ΚΣΟ 21050091) με μερίδιο 12,8% και εισαγωγές αξίας 73 εκ. ευρώ και ποσότητας 13 χιλ. τόνων, μειωμένες κατά 2,7% σε αξία και 14,4% σε ποσότητα.

Το συντριπτικό μερίδιο (90%) των εισαγωγών της Γερμανίας σε προϊόντα του Κωδικού 2105 προέρχεται από τα κ-μ της Ε.Ε. Μεταξύ των προμηθευτών, την 1^η θέση καταλαμβάνει το Βέλγιο με μερίδιο 16,8% σε αξία και 19% σε ποσότητα και εξαγωγές αξίας 96 εκ. ευρώ και ποσότητας 29 χιλ. τόνων, μειωμένες κατά 4% σε αξία και 12,5% σε ποσότητα. Στη 2^η θέση βρίσκεται η Πολωνία με συνολικές εξαγωγές 91,8 εκ. ευρώ, ποσότητας 27,5 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 2,5% σε αξία και μειωμένες κατά 0,5% σε ποσότητα και μερίδιο 16% σε αξία και 18% σε ποσότητα. Ακολουθεί στην 3^η θέση η Ολλανδία με εξαγωγές 71,5 εκ. ευρώ, ποσότητα 20,6 χιλ. τόνους, αυξημένες κατά 14% σε αξία και κατά 18% σε ποσότητα, καταλαμβάνοντας μερίδιο 12,5% σε αξία και 13,5% σε ποσότητα. Την 4^η θέση κατέχει η Ιταλία με εξαγωγές αξίας 54 εκ. ευρώ και ποσότητας 12 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 28,4% σε αξία και κατά 32,5% σε ποσότητα και μερίδιο 9,5% σε αξία και 7,9% σε ποσότητα. Την πρώτη πεντάδα συμπληρώνει η Γαλλία με εξαγωγές αξίας 53,5 εκ. ευρώ και ποσότητας 12,6 χιλ. τόνων, αυξημένες κατά 41% σε αξία και 12% σε ποσότητα, καταλαμβάνοντας μερίδιο 9,4% ως προς την αξία και 8,3% ως προς την ποσότητα.

Η **Ελλάδα** βρίσκεται στην 22^η θέση μεταξύ των προμηθευτών της Γερμανίας, με εξαγωγές αξίας 927.285 ευρώ και ποσότητας 251 τόνων, έχοντας καταγράψει δραματική πτώση της τάξης του 64,4% σε όρους αξίας και 65,4% σε όρους ποσότητας και καταλαμβάνοντας μερίδιο μόλις 0,16% τόσο ως προς την αξία όσο και ως προς την ποσότητα.

Γερμανικές εισαγωγές παγωτών (ΚΣΟ 2105), 2023-2025

Εισαγωγές	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
2105 Παγωτά, έστω και αν περιέχουν κακάο	571.643.459	152.213.580	519.684.026	148.087.823	460.990.835	134.497.389	10,00%	2,79%	100,00%	100,00%
21050010 Παγωτά, που δεν περιέχουν ή περιέχουν κατά βάρος < 3% λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα	352.945.592	106.068.210	312.267.793	101.181.773	281.506.643	92.339.791	13,03%	4,83%	61,74%	69,68%
21050091 Παγωτά περιεκτικότητας κατά βάρος σε λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα >= 3% και < 7%	73.029.325	13.081.517	75.048.482	15.287.888	54.011.013	12.357.710	-2,69%	-14,43%	12,78%	8,59%
21050099 Παγωτά, που περιέχουν κατά βάρος >= 7% λιπαρές ύλες που προέρχονται από το γάλα	145.668.542	33.063.853	132.367.751	31.618.162	125.473.179	29.799.888	10,05%	4,57%	25,48%	21,72%

Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελντορφ

20 Πρώτοι προμηθευτές Γερμανίας – Παγωτά (ΚΣΟ 2105), 2023-2025

α/α	Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
	Σύνολο εισαγωγών	571.643.459	152.213.580	519.684.026	148.087.823	460.990.835	134.497.389	10,00%	2,79%	100,00%	100,00%
	Intra-EU	517.654.509	137.542.603	476.021.779	134.377.841	433.916.083	126.330.335	8,75%	2,36%	90,56%	90,36%
	Extra-EU	53.988.950	14.670.977	43.662.247	13.709.982	27.074.752	8.167.054	23,65%	7,01%	9,44%	9,64%
1	Βέλγιο	96.156.817	29.063.848	100.267.120	33.211.710	97.764.316	33.701.626	-4,10%	-12,49%	16,82%	19,09%
2	Πολωνία	91.797.115	27.456.786	89.564.209	27.590.342	88.292.018	26.682.119	2,49%	-0,48%	16,06%	18,04%
3	Ολλανδία	71.503.834	20.625.999	62.656.617	17.471.497	54.509.018	13.179.983	14,12%	18,06%	12,51%	13,55%
4	Ιταλία	54.174.097	11.973.072	42.181.640	9.038.240	39.495.558	8.138.211	28,43%	32,47%	9,48%	7,87%

α/α	Χώρες	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024		Μερίδιο 2025	
		Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα	Αξία	Ποσότητα
5	Γαλλία	53.448.322	12.574.165	37.907.571	11.240.416	35.659.057	9.832.162	41,00%	11,87%	9,35%	8,26%
6	Ισπανία	46.821.634	7.161.902	50.051.303	7.693.323	30.891.690	5.851.418	-6,45%	-6,91%	8,19%	4,71%
7	Ουγγαρία	37.794.722	11.840.930	35.903.451	11.652.489	33.421.485	12.244.853	5,27%	1,62%	6,61%	7,78%
8	Σλοβενία	19.258.714	4.175.872	16.712.501	3.633.700	12.704.299	3.032.822	15,24%	14,92%	3,37%	2,74%
9	Λιθουανία	15.864.507	5.299.524	17.346.701	6.457.473	15.808.762	5.811.643	-8,54%	-17,93%	2,78%	3,48%
10	Τσεχία	15.124.059	3.316.706	9.945.113	2.299.745	8.147.943	1.519.899	52,08%	44,22%	2,65%	2,18%
11	Ουκρανία	14.349.611	3.918.750	10.770.183	3.133.346	6.495.719	1.886.955	33,23%	25,07%	2,51%	2,57%
12	Ην. Βασίλειο	14.264.672	3.961.472	17.894.648	5.742.477	13.861.093	4.420.102	-20,29%	-31,01%	2,50%	2,60%
13	Σερβία	10.178.751	4.091.640	9.562.616	3.597.551	1.274.151	367.121	6,44%	13,73%	1,78%	2,69%
14	Κίνα	7.179.825	700.992	0	0	0	0			1,26%	0,46%
15	Πορτογαλία	5.733.355	1.836.222	5.682.662	1.546.276	5.316.539	1.616.696	0,89%	18,75%	1,00%	1,21%
16	Αυστρία	5.134.628	676.780	1.693.556	563.634	2.970.783	983.882	203,19%	20,07%	0,90%	0,44%
17	Βόρειος Μακεδονία	3.786.885	1.024.471	2.993.030	778.135	1.135.873	210.046	26,52%	31,66%	0,66%	0,67%
18	Τουρκία	1.818.572	577.267	340.254	91.879	2.306.272	819.323	434,47%	528,29%	0,32%	0,38%
19	Σουηδία	1.684.589	533.057	1.456.808	509.050	2.088.149	563.183	15,64%	4,72%	0,29%	0,35%
20	Ελβετία	1.590.488	222.506	1.687.648	279.159	1.469.858	355.187	-5,76%	-20,29%	0,28%	0,15%
21	Ρουμανία	1.117.935	515.953	1.081.745	494.090	819.330	314.277	3,35%	4,42%	0,20%	0,34%
22	Ελλάδα	927.285	251.142	2.605.154	725.349	1.349.395	336.596	-64,41%	-65,38%	0,16%	0,16%

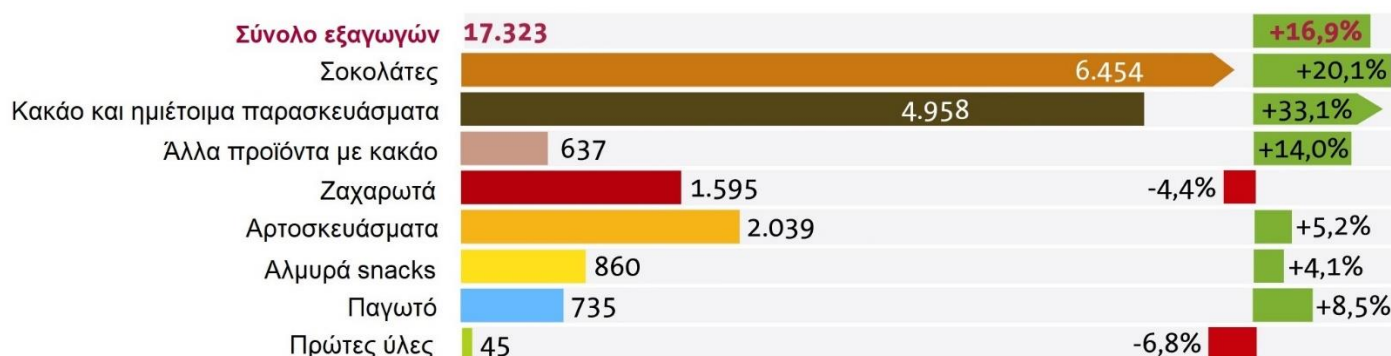
Πηγή: Statistisches Bundesamt (Destatis) – Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

5.2 Εξαγωγές Γερμανίας

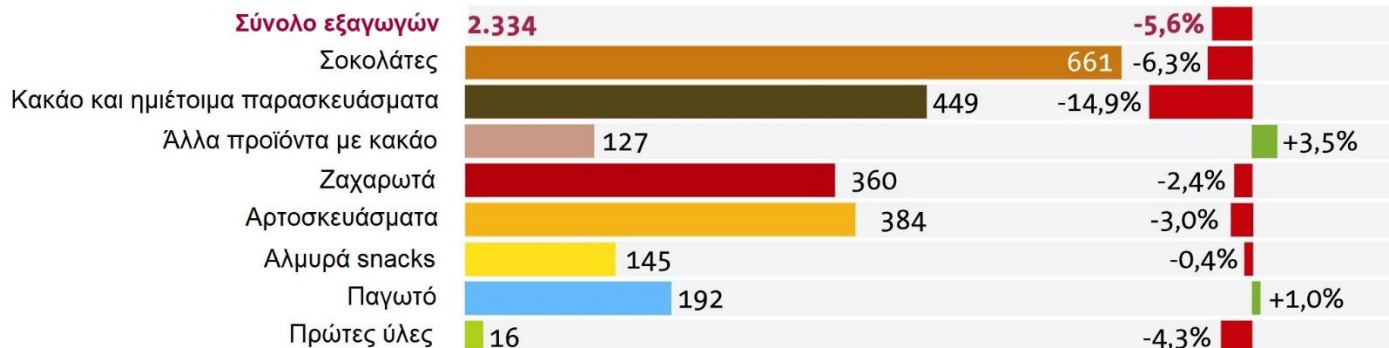
Η Γερμανία παραμένει ο κορυφαίος εξαγωγέας σοκολάτας και ζαχαρωδών παγκοσμίως. Σύμφωνα με στοιχεία της Ομοσπονδιακής Ένωσης της Βιομηχανίας Ζαχαρωδών της Γερμανίας (BDSI), οι εξαγωγές ζαχαρωδών και snacks της Γερμανίας αυξήθηκαν το 2025 κατά 16,9% σε όρους αξίας, φθάνοντας τα 17,3 δισ. ευρώ, ενώ σε όρους ποσότητας μειώθηκαν κατά 5,6% και ανήλθαν σε 2,3 εκ. τόνους.

Γερμανικές εξαγωγές ζαχαρωδών και σνακ, 2025

Αξία σε εκ. ευρώ



Ποσότητα σε χιλ. τόνους



Πηγή: BDSI

Ως προς τις επιμέρους κατηγορίες προϊόντων, τη μεγαλύτερη αύξηση σε όρους αξίας εξαγωγών παρουσίασαν τα προϊόντα που περιέχουν κακάο λόγω της σημαντικής αύξησης των τιμών της πρώτης ύλης. Έτσι, οι εξαγωγές κακάο και ημιέτοιμων παρασκευασμάτων σοκολάτας αυξήθηκαν κατά 33% και διαμορφώθηκαν σε 4,9 δισ. ευρώ, οι εξαγωγές σοκολάτας αυξήθηκαν κατά 20% και ανήλθαν σε 6,5 δισ. ευρώ και οι εξαγωγές λοιπών προϊόντων με κακάο αυξήθηκαν κατά 14% στα 637 εκ. ευρώ. Ωστόσο, σε όρους ποσότητας οι δύο πρώτες κατηγορίες κατέγραψαν απώλειες της τάξης του 14,9% και 6,3% αντιστοίχως.

Αύξηση σε όρους αξίας κατέγραψαν επίσης οι εξαγωγές αρτοσκευασμάτων, αλμυρών snacks και παγωτού, κατά 5,2%, 4,1% και 8,5% αντίστοιχα, οι οποίες διαμορφώθηκαν σε 2 δισ. ευρώ, 860 εκ. ευρώ και 735 εκ. ευρώ αντίστοιχα. Αντίθετα, μείωση σημείωσαν οι εξαγωγές ζαχαρωτών

και πρώτων υλών κατά 4,4% και 6,8% αντίστοιχα, και διαμορφώθηκαν σε 1,6 δισ. ευρώ και 45 εκ. ευρώ αντίστοιχα.

Οι κύριες χώρες-αποδέκτες των γερμανικών εξαγωγών κατά το 2025 ανά κατηγορία προϊόντος έχουν ως ακολούθως:

- ❖ **Σοκολάτες και προϊόντα με κακάο (ΚΣΟ 1806):** 1) Γαλλία (965 εκ. ευρώ, μερίδιο 12,7%), 2) Πολωνία (683 εκ. ευρώ, μερίδιο 9%), 3) Ην. Βασίλειο (644 εκ. ευρώ, μερίδιο 8,5%), 4) Αυστρία (482 εκ. ευρώ, μερίδιο 6,4%), 5) Ολλανδία (459 εκ. ευρώ, μερίδιο 6%)
- ❖ **Ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο (ΚΣΟ 1704):** 1) ΗΠΑ (€ 218 εκ. και μερίδιο 11,4%), 2) Ολλανδία (198 εκ. ευρώ, μερίδιο 10,4%), 3) Ην. Βασίλειο (172 εκ. ευρώ, μερίδιο 9%), 4) Αυστρία (146 εκ. ευρώ, μερίδιο 7,7%), 5) Πολωνία (126,7 εκ. ευρώ, μερίδιο 6,7%)
- ❖ **Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (ΚΣΟ 1905):** 1) Αυστρία (677 εκ. ευρώ, μερίδιο 11,8%), 2) Γαλλία (673 εκ. ευρώ, μερίδιο 11,7%), 3) Ολλανδία (609 εκ. ευρώ, μερίδιο 10,6%), 4) Ην. Βασίλειο (456 εκ. ευρώ, μερίδιο 8%), 5) Πολωνία (410 εκ. ευρώ, μερίδιο 7%)
- ❖ **Ξηροί καρποί (ΚΣΟ 0802):** 1) Γαλλία (85 εκ. ευρώ, μερίδιο 13,5%), 2) Ιταλία (83 εκ. ευρώ, μερίδιο 13,2%), 3) Ισπανία (67 εκ. ευρώ, μερίδιο 10,7%), 4) Ολλανδία (66 εκ. ευρώ, μερίδιο 10,4%), 5) Αυστρία (52 εκ. ευρώ, μερίδιο 8%)
- ❖ **Παγωτά (ΚΣΟ 2105):** 1) Γαλλία (84 εκ. ευρώ, μερίδιο 11,3%), 2) Ην. Βασίλειο (83 εκ. ευρώ, μερίδιο 11,3%), 3) Αυστρία (72 εκ. ευρώ, μερίδιο 9,7%), 4) Ολλανδία (64 εκ. ευρώ, μερίδιο 8,6%), 5) Ισπανία (62 εκ. ευρώ, μερίδιο 8,3%)

6. Ελληνικές εξαγωγές ζαχαρωδών προϊόντων στη Γερμανία

Οι ελληνικές εξαγωγές ζαχαρωδών προϊόντων και σνακ προς τη Γερμανία ανήλθαν το 2025 σε 62,4 εκ. ευρώ και 17,9 χιλ. τόνους, παρουσιάζοντας πτώση της τάξης του 4,9% σε όρους αξίας και αύξηση 3% σε όρους ποσότητας σε σχέση με το 2024. Οι εξαγωγές προς τη Γερμανία κατέλαβαν το 2025 μερίδιο ύψους 10,6% ως προς την αξία επί των συνολικών ελληνικών εξαγωγών ζαχαρωδών και σνακ.

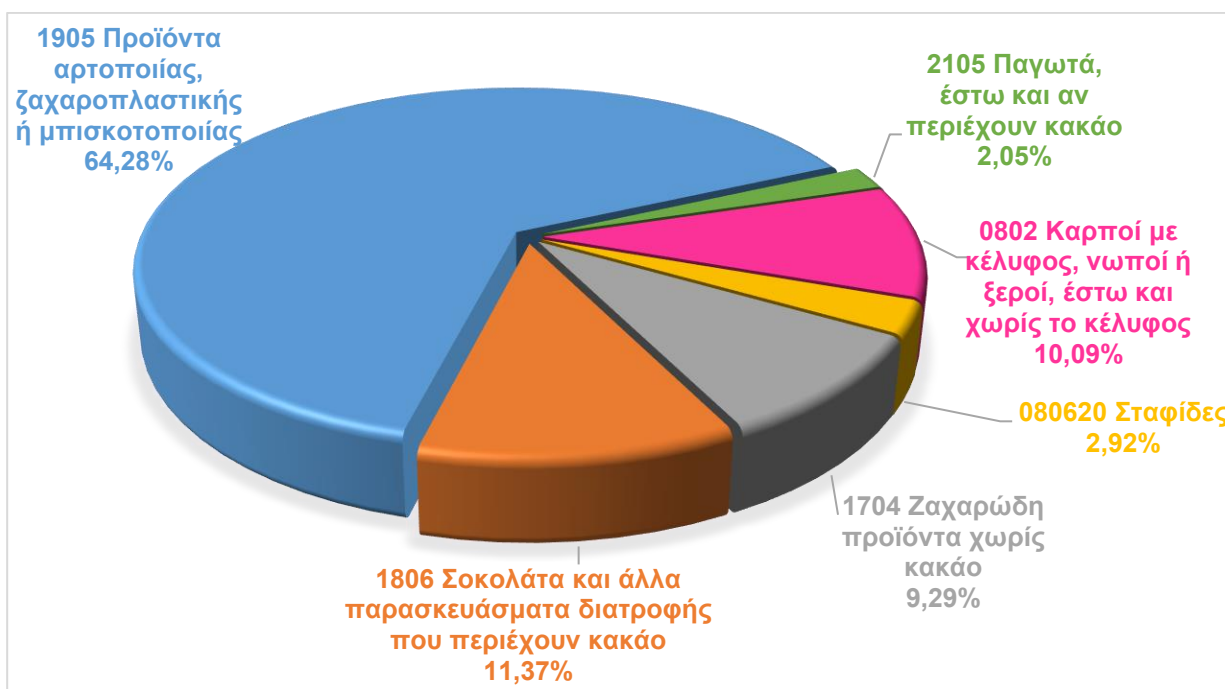
Ελληνικές εξαγωγές ζαχαρωδών προϊόντων και σνακ στη Γερμανία, 2023-2025

ΚΣΟ Περιγραφή προϊόντος	2025		2024		2023		Μεταβολή 2025/2024	
	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία (€)	Ποσότητα (kg)	Αξία	Ποσότητα
0802 Άλλοι καρποί με κέλυφος, νωποί ή ξεροί, έστω και χωρίς το κέλυφος ή τη φλούδα τους	6.296.034	799.086	2.317.977	472.723	2.928.325	464.088	171,62%	69,04%
080620 Σταφίδες	1.821.960	555.566	1.900.773	630.036	1.261.379	648.703	-4,15%	-11,82%
1704 Ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο	5.793.305	1.053.589	15.310.125	2.015.298	16.670.006	2.080.738	-62,16%	-47,72%
1806 Σοκολάτα και άλλα παρασκευάσματα διατροφής που περιέχουν κακάο	7.091.650	991.696	7.766.647	1.105.574	6.165.603	861.816	-8,69%	-10,30%
1905 Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας	40.093.327	14.239.034	35.417.894	12.436.548	25.212.086	9.088.051	13,20%	14,49%
2105 Παγωτά, έστω και αν περιέχουν κακάο	1.275.873	320.582	2.867.755	756.260	1.549.443	372.875	-55,51%	-57,61%
Σύνολο	62.372.149	17.959.553	65.581.171	17.416.439	53.786.842	13.516.271	-4,89%	3,12%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελντορφ

Μεταξύ των επιμέρους προϊόντων, το μεγαλύτερο μερίδιο ύψους 64,3% καταλαμβάνουν τα προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (ΚΣΟ 1905), οι εξαγωγές των οποίων ανήλθαν σε 40,1 εκ. ευρώ και ποσότητα 14 χιλ. τόνους, έχοντας καταγράψει αύξηση 13,2% σε αξία και 14,5% σε ποσότητα σε σχέση με το 2024. Ακολουθούν οι σοκολάτες και άλλα παρασκευάσματα που περιέχουν κακάο (ΚΣΟ 1806) με μερίδιο 11,4% και εξαγωγές αξίας 7 εκ. ευρώ και ποσότητας 992 τόνων, μειωμένες κατά 8,7% σε αξία και 10,3% σε ποσότητα σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Οι ξηροί καρποί, με ή χωρίς κέλυφος (ΚΣΟ 0802) με μερίδιο 10% είναι η επόμενη σε αξία εξαγωγών κατηγορία, με εξαγωγές αξίας 6,3 εκ. ευρώ και ποσότητας 799 τόνων, αυξημένες θεαματικά κατά 171% σε αξία και 69% σε ποσότητα. Τα ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο (ΚΣΟ 1704) καταλαμβάνουν μερίδιο 9,3%, με εξαγωγές αξίας 5,8 εκ. ευρώ και ποσότητας 1.000 τόνων, έχοντας καταγράψει σημαντική μείωση της τάξης του 62% σε αξία και 48% σε ποσότητα σε σχέση με το 2024. Τέλος, τα μικρότερα μερίδια καταλαμβάνουν οι σταφίδες (ΚΣΟ 080620) με μερίδιο 2,9% και το παγωτό (ΚΣΟ 2105) με μερίδιο 2% και εξαγωγές 1,8 εκ. ευρώ και 555 τόνους και 1,3 εκ. ευρώ και 320 τόνους αντίστοιχα. Και οι δύο αυτές κατηγορίες σημειώνουν απώλειες σε σχέση με το προηγούμενο έτος, με τις σταφίδες να χάνουν 4% σε αξία εξαγωγών και 12% σε ποσότητα και τα παγωτά να καταγράφουν πτώση 55,5% σε αξία και 57,6% σε ποσότητα.

**Μερίδιο επιμέρους προϊόντων σε ελληνικές εξαγωγές ζαχαρωδών προς Γερμανία, 2025
(ως προς αξία)**



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Eurostat, Επεξεργασία: Γραφείο ΟΕΥ Ντύσσελτορφ

Ιδιαίτερη είναι η σημασία της Γερμανίας ως αγορά προορισμού των ελληνικών εξαγωγών ζαχαρωδών και σνακ. Σε όλες τις ανωτέρω κατηγορίες προϊόντων, η Γερμανία βρίσκεται μεταξύ των 5 πρώτων αγοραστών ελληνικών προϊόντων, με μοναδική εξαίρεση τα παγωτά (ΚΣΟ 2105). Πιο συγκεκριμένα:

- ❖ **Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (ΚΣΟ 1905):** η Γερμανία καταλαμβάνει την 1^η θέση μεταξύ των χωρών υποδοχής ελληνικών εξαγωγών το 2025, με μερίδιο 13% σε αξία και 15% σε ποσότητα επί των συνολικών ελλ. εξαγωγών των προϊόντων αυτής της κατηγορίας.
- ❖ **Σοκολάτες και προϊόντα με κακάο (ΚΣΟ 1806):** η Γερμανία βρίσκεται στην 4^η θέση μεταξύ των αγοραστών με μερίδιο 8,8% σε αξία και 7,1% σε ποσότητα επί των συνολικών ελλ. εξαγωγών των προϊόντων αυτής της κατηγορίας.
- ❖ **Ζαχαρώδη προϊόντα χωρίς κακάο (ΚΣΟ 1704):** η Γερμανία καταλαμβάνει τη 2^η θέση μεταξύ των αγοραστών με μερίδιο 9,8% σε αξία και 8,1% σε ποσότητα επί των συνολικών ελλ. εξαγωγών των προϊόντων αυτής της κατηγορίας.
- ❖ **Ξηροί καρποί (ΚΣΟ 0802):** η Γερμανία βρίσκεται στην 5^η θέση με μερίδιο 10,4% σε αξία και 8,2% σε ποσότητα επί των συνολικών ελλ. εξαγωγών των προϊόντων αυτής της κατηγορίας.
- ❖ **Σταφίδες (ΚΣΟ 080620):** η Γερμανία βρίσκεται στην 5^η θέση με μερίδιο 4% σε αξία και 4,4% σε ποσότητα επί των συνολικών ελλ. εξαγωγών των προϊόντων αυτής της κατηγορίας.
- ❖ **Παγωτά (ΚΣΟ 2105):** η Γερμανία βρίσκεται στην 7^η θέση με μερίδιο 3,8% τόσο σε αξία όσο και σε ποσότητα επί των συνολικών ελλ. εξαγωγών των προϊόντων αυτής της κατηγορίας.

7. Συμπεράσματα

Η γερμανική αγορά ζαχαρωδών και snacks συνδυάζει μεγάλο μέγεθος, υψηλή αγοραστική δύναμη, ώριμη καταναλωτική βάση και αυξημένο ανταγωνισμό. Η σταθερή ζήτηση, η υψηλή κατά κεφαλήν κατανάλωση και η θέση της Γερμανίας ως κεντρικής ευρωπαϊκής αγοράς καθιστούν τον κλάδο ιδιαίτερα ελκυστικό για ξένους προμηθευτές. Ωστόσο, η είσοδος και κυρίως η βιώσιμη ανάπτυξη στην αγορά απαιτούν σαφή τοποθέτηση προϊόντος, ανταγωνιστική τιμολόγηση, συνέπεια στην ποιότητα, επάρκεια παραγωγικής δυναμικότητας και συμμόρφωση με τις απαιτήσεις των γερμανικών δικτύων διανομής.

Η πρόσφατη εξέλιξη της αγοράς δείχνει ότι η αύξηση της αξίας δεν μεταφράζεται απαραίτητα σε αύξηση της κατανάλωσης σε όρους ποσότητας. Η μείωση του όγκου παραγωγής και εισαγωγών, παρά την άνοδο της αξίας, υποδηλώνει περιβάλλον πληθωριστικών πιέσεων και αυξημένου κόστους πρώτων υλών, ιδίως στο κακάο. Ως εκ τούτου, οι καταναλωτές εμφανίζονται πιο επιλεκτικοί, με αυξημένη ευαισθησία στην τιμή, αλλά και ταυτόχρονα με πρόθεση να πληρώσουν υψηλότερα για προϊόντα που προσφέρουν σαφή προστιθέμενη αξία.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν ευκαιρίες κυρίως σε κατηγορίες όπου η Ελλάδα διαθέτει ήδη εξαγωγική παρουσία ή συγκριτικά πλεονεκτήματα. Τα προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής και μπισκοτοποιίας αποτελούν την ισχυρότερη ελληνική κατηγορία στη γερμανική αγορά, τόσο λόγω μεγέθους όσο και λόγω δυναμικής. Παράλληλα, περιθώρια ανάπτυξης διαφαίνονται σε προϊόντα με μεσογειακή ταυτότητα, σε snacks με ξηρούς καρπούς και σταφίδα, σε προϊόντα clean-label, βιολογικά, plant-based ή μειωμένης ζάχαρης, καθώς και σε premium προτάσεις που συνδέουν τη γεύση με την αυθεντικότητα, την προέλευση και την ποιότητα.

Η κυριαρχία των discounters στη γερμανική λιανική καθιστά αναγκαία την ύπαρξη ανταγωνιστικού κόστους και δυνατότητας εξυπηρέτησης μεγάλων όγκων, ιδίως για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας ή βασικές κατηγορίες μαζικής κατανάλωσης. Αντίθετα, για μικρότερους ή πιο εξειδικευμένους παραγωγούς, τα supermarkets, τα delicatessen, τα ethnic καταστήματα και τα drugstores ενδέχεται να αποτελέσουν καταλληλότερες εισόδους στην αγορά, ιδίως όταν το προϊόν στηρίζεται σε διαφοροποίηση και όχι αποκλειστικά στην τιμή.

Καθοριστικός παράγοντας επιτυχίας είναι η προσαρμογή του προϊόντος στις προτιμήσεις του Γερμανού καταναλωτή. Συνολικά, η γερμανική αγορά κινείται προς μια νέα ισορροπία μεταξύ απόλαυσης (indulgence) και υγείας (health). Η σοκολάτα εξακολουθεί να συνδέεται με την απόλαυση, ωστόσο οι καταναλωτές αναμένουν πλέον προϊόντα που προσφέρουν καλύτερο διατροφικό προφίλ, λειτουργικά οφέλη και μεγαλύτερη συμβατότητα με έναν υγιεινό τρόπο ζωής. Επιπλέον, η τάση του premiumization στη γερμανική αγορά δεν αποτελεί απλώς τάση πολυτέλειας, αλλά στρατηγική απάντηση στις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές προτεραιότητες. Σε ένα περιβάλλον όπου οι καταναλωτές είναι πιο προσεκτικοί στις δαπάνες τους, τα προϊόντα που προσφέρουν ποιότητα, αυθεντικότητα, εμπειρία και συναισθηματική αξία έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να διατηρήσουν ή και να αυξήσουν τη ζήτησή τους.

Ως αποτέλεσμα, η αγορά φαίνεται να ανταμείβει προϊόντα με σαφή διατροφική τοποθέτηση, προσεγμένη συσκευασία, πιστοποιήσεις, διαφάνεια ως προς τα συστατικά και πειστική εμπορική αφήγηση. Ιδιαίτερα για ελληνικά προϊόντα, η σύνδεση με τη μεσογειακή διατροφή, τις φυσικές πρώτες ύλες, την παράδοση και την ποιότητα μπορεί να αποτελέσει στοιχείο διαφοροποίησης, υπό την προϋπόθεση ότι συνοδεύεται από σύγχρονη εικόνα, γερμανόφωνη επισήμανση και αξιόπιστη εμπορική υποστήριξη.

Συνολικά, η Γερμανία παραμένει αγορά υψηλής προτεραιότητας για τις ελληνικές εξαγωγές ζαχαρωδών και snacks. Η υφιστάμενη παρουσία των ελληνικών προϊόντων, το μέγεθος της ζήτησης και η θέση της Γερμανίας μεταξύ των βασικών αγοραστών ελληνικών εξαγωγών δημιουργούν θετική βάση για περαιτέρω ανάπτυξη. Η προοπτική αυτή, ωστόσο, προϋποθέτει στοχευμένη στρατηγική, επιλογή κατάλληλου καναλιού διανομής, προσαρμογή στις νέες τάσεις κατανάλωσης και ενίσχυση της προβολής των ελληνικών προϊόντων ως ποιοτικών, διαφοροποιημένων και αξιόπιστων επιλογών στη γερμανική αγορά.