

LÄNDERSPECIAL

SPANIEN

In den letzten Jahren hat sich das Land auf der iberischen Halbinsel zu einem der größten E-Commerce-Märkte Europas entwickelt. Der spanische Markt bietet enormes Potenzial für langfristiges Wachstum.



114,8

MRD. € UMSATZ '25

80%

MOBILE SHOPPING

77%

ONLINE-SHOPPER



Inhalt

- 03** SPANIEN UND DER E-COMMERCE
- 04** MARKTPLÄTZE & LOGISTIK
- 05** CORREOS / LAST MILE CARRIER
- 06** DER SPANISCHE ONLINEKUNDE
- 07** TIPPS FÜR DEUTSCHE HÄNDLER
- 08** FAZIT
- 09** ANSPRECHPARTNER
- 10** IMPRESSUM



Foto: Florian Wehde | unsplash





Spanien & der E-Commerce

Mit 505.992 km² Gesamtfläche ist Spanien das zweitgrößte Land in der EU. Über **49 Millionen Menschen** leben hier¹. Neben der Amtssprache Spanisch wird Katalanisch, Galicisch und Baskisch gesprochen.

Spanien gehört zu den zwanzig größten Export- und Importnationen. Die Währung in dem EU-Mitgliedsstaat ist der Euro.

Spaniens Wirtschaft erlebt einen dynamischen Aufschwung und gilt als Konjunkturlokomotive der Eurozone². Auch der Sektor E-Commerce trägt einen entscheidenden Anteil zum Wachstum des Landes bei.

Spaniens reales Bruttoinlandsprodukt wuchs 2024 um 3,5 Prozent und 2025 um 2,8 Prozent. Im ersten Quartal 2026 lag das Wachstum bei 2,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Im europäischen Vergleich trägt Spanien mit 11,3 Prozent an dritter Stelle zum Umsatz vom gesamten Online-Handel bei. Vorneweg sind Frankreich und Großbritannien.

Obwohl sich der E-Commerce in Spanien langsamer entwickelt als in anderen europäischen Ländern, ist Spanien inzwischen zum größten E-Commerce-Markt Südeuropas aufgestiegen.

96,3 Prozent der Spanier (16-74) nutzen aktiv das Internet (2025)⁶; nach IAB Spain kauft **77 Prozent der Bevölkerung online ein**, nach eigenen Angaben **1 Prozent davon sogar einmal täglich oder mehr** (2024)³.

49,7

MILLIONEN EINWOHNER

+2,7 %

BRUTTOINLANDSPRODUKT

506 k

KM² FLÄCHE

€

WÄHRUNG

114,8 Mrd.

€ ONLINE UMSATZ (2025)

77 %

ONLINESHOPPER

Trotzdem ist der Anteil des Online-Handels im Vergleich zum gesamten Einzelhandel des Landes noch relativ gering (Stand 2026: 14,5 Prozent⁴).

Insbesondere der Bereich **Mobile Commerce** wird immer beliebter. 80 Prozent der spanischen Onlinekäufer nutzen das Smartphone. 53 Prozent mit dem Computer, 14 Prozent mit dem Tablet oder einem Smart TV⁹.

Den höchsten Anteil an Online-Käufern weist die Comunidad de Madrid auf: 2025 kauften dort 65 Prozent der Bevölkerung zwischen 16 und 74 Jahren innerhalb der vergangenen drei Monate online ein. Knapp dahinter folgten Katalonien mit 64,8 Prozent und die Balearen mit 63,6 Prozent⁶.

Laut dem European E-Commerce Report 2025 belief sich der B2C-E-Commerce-Umsatz im Jahr 2025 auf rund 115 Milliarden Euro.

Die beliebtesten Produktkategorien beim Online-Shopping in Spanien sind **Fashion** (77 %), **Reisen & Unterkünfte** (67 %), **Kultur & Veranstaltungen** (66 %), **Technologie, Gaming & Apps** (45 %), **Beauty & Körperpflege** (44 %)⁹.

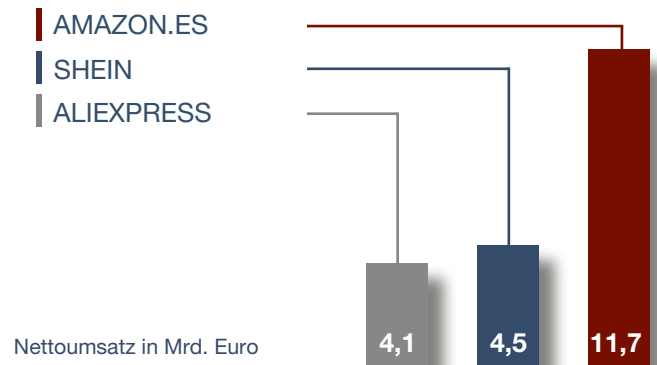


Marktplätze & Logistik

Die populärsten Marktplätze sind Amazon, Shein, Aliexpress und Temu.

Amazon.es führt den spanischen E-Commerce-Markt mit E-Commerce Nettoumsätzen in Höhe von **11,7 Milliarden Euro** im Jahr 2025 generiert in Spanien an, gefolgt von **shein.com** mit **4,5 Milliarden Euro**. Auf dem dritten Platz liegt **aliexpress.com** mit Netto-E-Commerce-Umsätzen in Höhe von **4,1 Milliarden Euro**. **temu.com** ist der viertgrößte Online-Shop in Spanien mit einem Umsatz in Höhe von **2,5 Milliarden Euro** im Jahr 2025³.

TOP3 MARKTPLÄTZE¹



LOGISTIK

Spanien steht im Logistics Performance Index (LPI) auf Platz 13 (Deutschland: 3). Der LPI misst die wahrgenommene Qualität des Logistiksystems basierend auf Zollabwicklung, Infrastruktur und Qualität der Logistikservices². Der klassische Index wurde seit 2023 nicht mit einem neuen Gesamtranking fortgeschrieben.

CROSS-BORDER-COMMERCE

Grenzüberschreitende Einkäufe spielen im spanischen E-Commerce eine wichtige Rolle: Nach aktuellen Marktdaten entfallen rund 58 % des E-Commerce auf Cross-Border-Käufe. 94,6 Prozent gingen dabei an Händler innerhalb der EU. Dahinter folgen Deutschland und Frankreich mit jeweils 18 % sowie die USA und Großbritannien mit jeweils 17 % (Mehrfachnennungen möglich)⁵.

Die wichtigsten spanischen Last-Mile-Carrier:

- **Correos**: ehemalige Staatspost, entspricht in etwa DHL in Deutschland.
- **SEUR**: Tochter von DPD, gilt als besonders schnell und stark im Cross-Border-Geschäft
- **Celeritas** ist ein kleiner, durch seine Spezialisierung auf E-Commerce aber durchaus interessanter Wettbewerber, der auf das Netzwerk von Enviaia zurückgreift.
- **MRW** hat sich unter anderem auf Pick-Up-Stationen spezialisiert.





Darum setzen wir auf CORREOS



Der Versand- und Logistikdienstleister **Correos** wurde bereits 1716 gegründet und ist heute einer der wichtigsten Anbieter für Post-, Paket- und E-Commerce-Logistik in Spanien.

Zur Correos-Gruppe gehören über **48.000 Mitarbeitende**, davon mehr als 30.000 im Zustellbereich.

Pro Tag verarbeitet Correos rund **4,2 Millionen Sendungen** und verfügt über ein dichtes Netzwerk aus **8.151 Servicepunkten**, darunter **2.352 Multiservice-Filialen** und mehr als **2.200 Citypaq-Paketstationen**.

Zusätzlich bieten wir auch die passende Retourenlösung aus Spanien mit Correos an. Damit kannst Du nicht nur den Versand nach Spanien, sondern auch Rücksendungen aus Spanien über einen etablierten lokalen Partner abbilden.

Für PARCEL.ONE Kunden bedeutet das eine starke lokale Zustellstruktur, hohe Präsenz in Spanien und zusätzliche Optionen für eine zuverlässige Last-Mile-Zustellung.

- **Mehr Auswahl:** Du kannst künftig zwischen Correos und Celeritas wählen.
- **Neue Standardoption:** Correos wird standardmäßig für Spanien-Sendungen hinterlegt.
- **Zalando-ready:** Für neue Spanien-Aufschaltungen im Zalando-Partnerprogramm ist CORREOS ab 2026 erforderlich.
- **Retouren inklusive**
- **Starke lokale Abdeckung:** Correos verfügt über eines der größten Zustell- und Servicenetzwerke in Spanien.
- **Bewährter Partner für E-Commerce:** Correos ist im spanischen Paket- und E-Commerce-Markt fest etabliert.
- **Celeritas bleibt verfügbar:** Bestehende Prozesse können bei Bedarf weiterhin genutzt werden.



CORREOS ist besonders relevant für Kunden, die am **Zalando-Partnerprogramm** teilnehmen oder künftig teilnehmen möchten. Für neue Spanien-Setups bzw. neue Internationalisierungen im Zalando-Partnerprogramm ist CORREOS ab 2026 der maßgebliche Carrier. Celeritas bleibt für bereits bestehende Setups weiterhin nutzbar, ist für neue Zalando-Aufschaltungen nach Spanien jedoch nicht mehr vorgesehen.



Der spanische Onlinekunde

ZAHLUNG

In Spanien bleibt Bargeld im stationären Handel wichtig: 2024 wurden **51 Prozent der Zahlungen mit Karte abgewickelt**. Online dominieren Wallets und PayPal mit einem Anteil von 26 Prozent, gefolgt von Echtzeitüberweisungen mit 6 Prozent¹⁰

Banküberweisungen sind vor allem bei größeren Beträgen relevant und machten im ersten Halbjahr 2024 mehr als 88 % des Werts bargeldloser Zahlungen aus.

Bei wiederkehrenden Zahlungen ist die Lastschrift mit 77,5 % besonders verbreitet. Für Sofortüberweisungen spielt **Bizum** eine zentrale Rolle und erreicht innerhalb Spaniens einen Anteil von 95 %⁸



Für Spanier ist Sicherheit beim Online-Shopping besonders wichtig.

Neben sicheren Bezahlmethoden spielt Transparenz eine große Rolle. Das kann über Kundenbewertungen erfolgen, einen gut zu erreichenden Kundenservice, schnell zu findende Informationen über beispielsweise Rückgaberechte sowie ausführliche Produktbeschreibungen und Fotos.

VERSAND

Die Spanier nehmen ihre Privatsphäre sehr ernst. So kommt es, dass die in Deutschland gängige Variante der Paketannahme durch den Nachbarn hier nicht unbedingt beliebt ist.

Bevorzugt wird die persönliche Annahme des Pakets, und zwar zum Wunschzeitpunkt.

SEUR bietet stundengenaue Zustellfenster mit SMS-Benachrichtigung, dabei kann der Kunde den Zustellort wählen.

Correos und **Celeritas** liefern wahlweise binnen 24 Stunden oder günstiger innerhalb von drei Tagen. Der Kunde wird telefonisch informiert und kann hier ebenfalls ein Zeitfenster wählen. Die Mehrzahl der Kunden erwartet eine **Lieferzeit** der Ware innerhalb von **3 bis 5 Tagen**.



Spanische Kunden erwarten eine Lieferbenachrichtigung per SMS oder telefonisch. Also am besten immer eine **Mobilnummer** angeben lassen!



Tipps für deutsche Händler

Spanien ist Teil des europäischen Binnenmarktes und unterliegt damit keinen nennenswerten Beschränkungen, was den innereuropäischen Handel angeht.

Für deutsche Händler ist Spanien dementsprechend ein unproblematisches Land in Sachen Handelspartner.

Auch die E-Commerce-Richtlinien und Verbraucherrechtlicherichtlinien sind in beiden Ländern sehr ähnlich. Allerdings gibt es Unterschiede. Das grundsätzliche Widerrufsrecht beträgt zwar 14 Tage, Spanien sieht für neue Verbrauchsgüter jedoch eine gesetzliche Gewährleistungsfrist von drei Jahren vor.

- Wer spanischen Kunden Waren online anbietet, muss die **Fracht-, Liefer- oder Versandkosten** nach Spanien angeben.
- Nicht vergessen: Zu Spanien gehören auch weiter entfernte Inseln wie die **Kanaren**. Für die sollten die Kosten gesondert ausgewiesen werden.
- **Liefertermine** sollten angegeben werden.
- **Achtung:** Bei der Einfuhr von Textilwaren, kostbaren Gegenständen (z.B. Juwelen) und chemischen Produkten muss unter Umständen eine gesonderte **Einfuhrbewilligung** gestellt werden.
- Nach Spanien versenden bedeutet, sich einem flächendeckenden **spanischen Sammel- und Entsorgungssystem** anzuschließen. Analog zum deutschen LUCID gibt es in Spanien eine Registrierungspflicht für Verpackungen (Ley de Envases / EPR). Zusätzlich gilt die europäische Ver-

packungsverordnung 2025/40 ab dem 12. August 2026 unmittelbar.

- Soll das deutsche Recht gelten, so muss in die **AGB** der zusätzliche Hinweis aufgenommen werden, dass für den Kunden günstigere nationale Bestimmungen (hier: Spanien) nicht beeinträchtigt werden.
- Kanaren, Ceuta & Melilla = **zollrechtliches Drittland**: Die Kanaren gehören zwar zu Spanien, aber nicht zum EU-Mehrwertsteuer- und Zollgebiet (dort gilt die IGIC statt IVA). Sendungen dorthin brauchen Zollpapiere. Hier unterstützt PARCEL.ONE durch einen sauberen Verzollungsprozess.
- **OSS-Verfahren / Umsatzsteuer:** Ab 10.000 € EU-weitem Fernabsatzumsatz gilt spanische Mehrwertsteuer (21 %).
- **Zahlungsarten anbieten:** ohne Karten, Wallets und idealerweise Bizum-Kompatibilität verliert man Conversions (siehe Seite 6).
- **Mobilnummer im Checkout erfassen:** Spanische Kunden erwarten eine Lieferbenachrichtigung per SMS oder telefonisch.
- **Kundenservice auf Spanisch:** Dieses vermeintliche Hindernis ist zugleich eine Chance, denn Spanisch ist nach Mandarin und Hindi die dritthäufigste Muttersprache weltweit und öffnet den Weg in weitere attraktive Absatzmärkte.



Fazit

Spanien gilt als einer der Wachstumsmärkte im Bereich E-Commerce.

Weil Spanien ein Mitglied der EU ist, ist der Handel dort zudem relativ unkompliziert und risikolos.

Auch die Offenheit der Spanier für das Cross-Border-Shopping macht die iberische Halbinsel als Absatzmarkt attraktiv.

Spanien gilt als einer der spannendsten Wachstumsmärkte im europäischen E-Commerce.

Mit einem Online-Umsatz von fast 115 Milliarden Euro (2025), einem BIP-Wachstum von 2,7 Prozent und 96,3 Prozent aktiven Internetnutzern bietet der spanische Markt beste Voraussetzungen für deutsche Händler. Da Spanien Mitglied der EU ist, ist der Handel zudem unkompliziert und risikoarm – gleiche Standards bei Informationspflichten und Widerrufsfristen inklusive. Besonders attraktiv: Die Spanier sind ausgesprochen offen für Cross-Border-Shopping.

Rund 58 Prozent aller Online-Käufe erfolgen grenzüberschreitend – und Deutschland zählt mit 18 Prozent zu den wichtigsten ausländischen Einkaufsmärkten.

Wer jetzt einsteigt, trifft auf einen Markt, der noch längst nicht gesättigt ist: Der Online-Anteil am gesamten Einzelhandel liegt erst bei 14,5 Prozent.

Erfolgsentscheidend sind dabei drei Faktoren:

1. eine spanische Sprachversion des Online-shops. Spanier scheuen sich oft, auf Englisch zu kommunizieren. Dieses vermeintliche Hindernis ist zugleich eine Chance, denn Spanisch ist nach Mandarin und Hindi die dritthäufigste Muttersprache weltweit und öffnet den Weg in weitere attraktive Absatzmärkte.
2. ein mobil optimierter Shop, denn über die Hälfte aller Online-Käufe erfolgt per Smartphone.
3. eine zuverlässige Last-Mile-Zustellung mit persönlicher Benachrichtigung – genau hier setzt PARCEL.ONE mit starken lokalen Partnern wie Correos an.

Möchtest Du gerne mehr Infos über den Versand nach Spanien und Portugal bekommen?

Wir nehmen uns gerne Zeit für Dich!

Quellen: ¹ Statistisches Bundesamt, ² GTAI (Germany Trade & Invest), ³ Statista, ⁴ ECDB (ecommercedb.com), ⁵ Landmark Global, ⁶ ine.es, ⁷ cnmc.es, ⁸ stripe.com, ⁹ iab.spain, ¹⁰ Banco de España

Foto: Sam Williams | Unsplash



Ansprechpartner

Deine **Ansprechpartner** für den grenzenlosen Erfolg im spanischen E-Commerce.

CHRISTIAN BURCHHARDT Head of Sales

E-Mail: cb@parcel.one
Phone: +49 6404 80292 65



FRANÇOIS AERTS Key Account Manager

E-Mail: fa@parcel.one
Phone: +49 163 7818364



UNSERE USP's



ONE Integration

ONE Label



ONE Tracking

ONE Cont(r)act



PARCEL.ONE, gegründet 2017, ist ein weltweit agierender Logistiker, spezialisiert auf den grenzüberschreitenden Versand von B2C und D2C Brief- und Paketsendungen.

Am deutschen Standort Pohlheim, werden auf 12.000 qm Sendungen und Retouren von 1.000+ Versendern aus der EU und Non-EU verarbeitet.

Für jede einzelne Sendung wird nach Erfassung der Geodaten die bestmögliche aus über 500.000 Versandkombinationen ausgewählt. Hierbei wird der jeweils optimale Zustelldienstleister aus 48+ angebundenen Last-Mile-Carriern oder Netzwerken ermittelt und die Sendung an ihn übergeben.

Der Organisationsaufwand für Versender, Marke und Hersteller verringert sich wesentlich, im Hinblick auf die bestmögliche Bedienung des Empfängers im jeweiligen Zielland. Warum zahlreiche Softwareintegrationen, verschiedene Carrier-Label, eigene Sendungssortierung oder Direkt einspeisungen in die verschiedenen Zielländer, wenn es auch einfacher geht?

Next Level: Eine Integration & Ein Label für alle Optionen.

Mit PARCEL.ONE weniger Komplexität & mehr Optionen für Dich - und ganz nebenbei auch noch ökologischer.



PARCEL.ONE GmbH

Am Pfahlgraben 4-10
35415 Pohlheim-Garbenteich

sales@parcel.one
+49 6404 80292-70

www.parcel.one