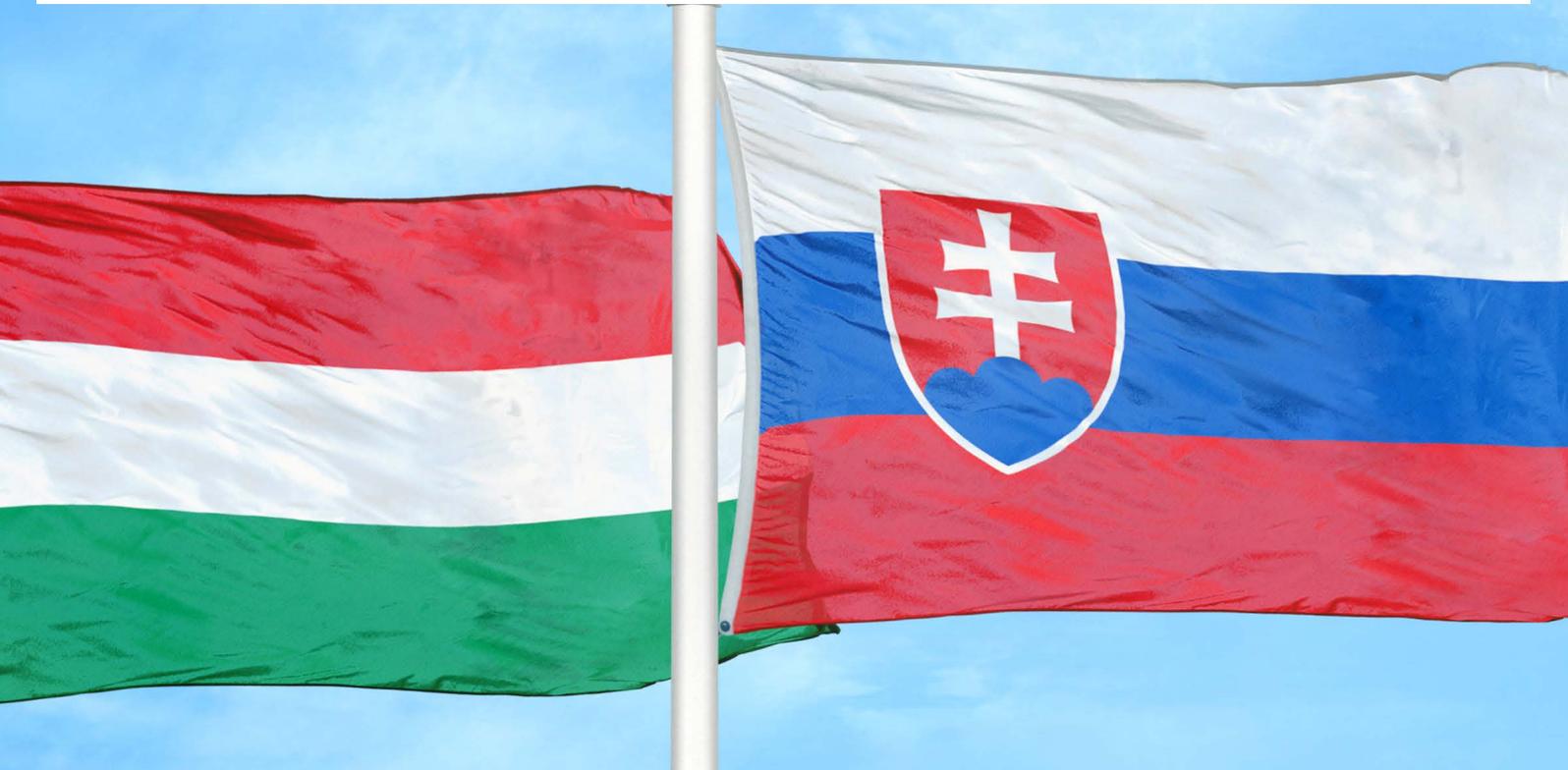




Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Lebensmittel allgemein in Ungarn und der Slowakei

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

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	5
Abkürzungsverzeichnis.....	6
1. Executive Summary.....	7
2. Einleitung.....	8
3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick.....	9
3.1 Länderkurzinformation Ungarn.....	9
3.1.1 Wirtschaftslage.....	10
3.1.2 Außenhandel und Investitionsklima.....	11
3.1.3 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung.....	12
3.2 Länderkurzinformation Slowakei.....	13
3.2.1 Wirtschaftslage.....	14
3.2.2 Außenhandel und Investitionsklima.....	15
3.2.3 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung.....	16
4. Lebensmittel allgemein Ungarn.....	17
4.1 Marktüberblick.....	17
4.1.1 Fleisch.....	18
4.1.2 Getreide und Mais.....	20
4.1.3 Obst und Gemüse.....	20
4.1.4 Milch und Milchprodukte.....	21
4.2 Überblick Ein- und Ausfuhren nach Produktgruppe.....	21
4.3 Orientierungspreise der Lebensmittel im Markt.....	23
4.3.1 Erzeugerpreise.....	23
4.3.2 Importpreise.....	24
4.4 Verbrauchernachfrage und Trends.....	25
5. Lebensmittel allgemein in der Slowakei.....	26
5.1 Marktüberblick.....	26
5.1.1 Fleisch.....	27
5.1.2 Milch und Milchprodukte.....	28
5.1.3 Bio.....	29
5.2 Überblick über die Ein- und Ausfuhren nach Produktgruppe.....	29
5.3 Orientierungspreise der Produkte im Markt.....	31
5.3.1 Erzeugerpreise.....	31
5.3.2 Importpreise.....	32
5.4 Verbrauchernachfrage und Trends.....	34
6. Rahmenbedingungen zum Import.....	35
6.1 Zoll- und Präferenzrechtliche Bestimmungen.....	35
6.2 Kennzeichnungsvorschriften.....	35

6.3 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte.....	36
7. SWOT-Analyse	37
8. Adressmaterial Ungarn.....	39
8.1 Fachmessen	39
8.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen.....	40
8.3 Lebensmitteleinzelhandel	44
8.4 Importeure/Hersteller	50
9. Adressmaterial Slowakei	55
9.1 Fachmessen	55
9.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen.....	56
9.3 Lebensmitteleinzelhandel	59
9.4 Hersteller/Importeure	61

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Landkarte Ungarn	9
Abbildung 2: Landkarte Slowakei	13
Abbildung 3: Auswahl an Produkten des Unternehmens Hunent Zrt.	19
Abbildung 4: Lieferländer der ungarischen Exporte der Warengruppe HS-0203 (in Mio. USD)	22
Abbildung 5: Konsumausgaben der privaten Haushalte in Ungarn von 2016 bis 2021	23
Abbildung 6: Erzeugerpreise in Ungarn im Zeitraum 2019 bis 2023	24
Abbildung 7: Importpreise in Ungarn im Zeitraum 2019 bis 2023	25
Abbildung 8: Herkunftsländer der slowakischen Importe der Warengruppe HS-0203 (in Mio. USD)	30
Abbildung 9: Konsumausgaben der privaten Haushalte in der Slowakei von 2016 bis 2022	31
Abbildung 10: Entwicklung der Erzeugerpreise in der Slowakei im Zeitraum 2019 bis 2022	32
Abbildung 11: Importpreise in der Slowakei im Zeitraum 2019 bis 2022	32

Abkürzungsverzeichnis

BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BIP	Bruttoinlandsprodukt
bspw.	beispielsweise
ca.	circa
CPI	Corruption Perception Index
EU	Europäische Union
EUR	Euro
GTAI	Germany Trade and Invest
ha	Hektar
HoReCa	Hotel/Restaurant/Café/Catering
HS	Harmonisiertes System der Zollnomenklatur
kg	Kilogramm
l	Liter
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
t	Tonnen
Tsd.	Tausend
USD	US-Dollar
v. a.	vor allem
km ²	Quadratkilometer

1. Executive Summary

Sowohl in Ungarn als auch in der Slowakei spielt der Lebensmittelmarkt jeweils eine wichtige wirtschaftliche Rolle. In beiden Ländern verzeichneten die Erzeugerpreise im Juni 2023 einen Anstieg. Was Lebensmittel und landwirtschaftliche Erzeugnisse betrifft, so verfügen beide Länder über ein gut entwickeltes Vertriebssystem. In beiden Ländern hat die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie einen Anteil von rund 2,2 % an dem Bruttoinlandsprodukt (BIP) des jeweiligen Landes. Ferner ist die einheimische Lebensmittelindustrie bei einem überwiegenden Anteil von kleinen Unternehmen kleinständisch strukturiert. In beiden Ländern fehlt der starke Mittelstand in der Lebensmittelindustrie. Darüber hinaus gehört die Modernisierung der Nahrungsmittelindustrie zu einem der Schwerpunkte der ungarischen und slowakischen Wirtschaftspolitik.

Generell erfreuen sich importierte Lebensmittel eines guten Rufes, da sie von ungarischen und slowakischen Konsumenten mit einer besseren Qualität assoziiert werden. Zudem sind importierte Produkte oftmals preiswerter als einheimische Lebensmittel. Die Nachfrage nach pflanzenbasierter Ernährung und Bio-Produkten ist gestiegen. Es zeigt sich ein Abwärtstrend zu einem geringeren Fleischverzehr, insbesondere unter Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Schweinefleisch und Geflügelfleisch ist die meistkonsumierte Fleischsorte in Ungarn und in der Slowakei.

In Ungarn und der Slowakei gelten vollinhaltlich das Zollregime der Europäischen Union (EU). Es bestehen somit grundsätzlich keine Zölle oder Mengenbeschränkungen für Lebensmittel, die zwischen den EU-Mitgliedstaaten gehandelt werden. Allerdings werden Unternehmen in Ungarn mit häufigen Rechts- und Steueränderungen konfrontiert.

Die Lebensmittelindustrien beider Länder unterliegen einem ständigen Wandel, wobei neue Konsumgewohnheiten, Nachhaltigkeitsbemühungen und das Interesse an gesunden Optionen den Markt prägen.

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum ungarischen und slowakischen Markt für Lebensmittel allgemein wurde im September 2023 von enviacon international im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt. Ziel der Studie ist es, interessierten deutschen Unternehmen einen Überblick über die Marktstrukturen und -charakteristika sowie über die Potenziale und Chancen eines Markteinstiegs in den ungarischen und slowakischen Markt zu vermitteln.

Nach einem gesamtwirtschaftlichen Überblick, der das politische System, die sozioökonomische Lage sowie die Außenhandelspolitik einschließt, wird im weiteren Verlauf der Studie der Lebensmittelmarkt beleuchtet. Hierbei werden sowohl Eigenproduktion, Ein- und Ausfuhren als auch wichtige Verbrauchertrends im ungarischen und slowakischen Markt dargestellt.

Die Studie betrachtet wichtige Trends im ungarischen und slowakischen Markt: Bio-Produkte, vegetarische-Produkte, pflanzenbasierte-Produkte sowie Lebensmittel, die Zusätze wie „frei von Zusatzstoffen“ oder „ohne Zucker“ beinhalten.

Das sechste Kapitel beinhaltet wesentliche Informationen zum Importablauf, wie z. B. Kennzeichnungsvorschriften, wichtige Behörden sowie Zollverfahren und Zollsätze. Auch bietet die Studie eine Bestandsaufnahme der Chancen und Risiken für deutsche Importeure. Die Studie schließt mit einer umfangreichen Auflistung relevanter Importeure, Großhändler und Verbände, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen.

3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

3.1 Länderkurzinformation Ungarn

Die Ungarn hat eine der größten Volkswirtschaften in Mittel- Osteuropa. Das Land liegt als europäischer Binnenstaat in einer von Gebirgen umschlossenen Senke, die zum Pannonischen Becken gehört. Insgesamt hat das Land eine Fläche von ca. 93.030 km² und ist etwas größer als das westliche Nachbarland Österreich. Ungarn grenzt an sechs weitere Länder: Slowenien, Ukraine, Rumänien, Serbien, Kroatien und Slowakei. Derzeit leben etwa 10 Mio. Menschen in Ungarn, wovon etwa 1,7 Mio. in der Hauptstadt Budapest angesiedelt sind. Prognosen zufolge verzeichnet das Land ein rückläufiges Bevölkerungswachstum von - 4 %.¹



Abbildung 1: Landkarte Ungarn

Quelle: CIA Worldfactbook (2023)

Seit 2022 ist Dr. Katalin Novák Staatspräsidentin des Landes und gehört der Regierungspartei Fidesz an. Das Staatsoberhaupt hat überwiegend repräsentative Aufgaben, besitzt zudem ein aufschiebendes Vetorecht gegenüber Gesetzen der Nationalversammlung, kann selbst Gesetzesvorschläge unterbreiten und ist Oberbefehlshaber der Streitkräfte. Zur Bevölkerung Ungarns zählen mehrere staatlich anerkannte nationale und ethnische Minderheiten. Sie werden in der Verfassung als „staatsbildende Teile der ungarischen politischen Gemeinschaft“ bezeichnet. Die Ungarndeutschen sind als einzige nationale Minderheit mit einem eigenen Abgeordneten im Parlament vertreten.²

Ungarn zeichnet sich durch eine starke Präsenz ausländischer Investoren aus. Die Landwirtschaft ist zudem ein wichtiger strategischer Sektor der ungarischen Volkswirtschaft. Diese hat sich seit dem Beitritt Ungarns zur EU stark entwickelt. Effizienz,

¹ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten kompakt Ungarn: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

² Auswärtiges Amt (2023): Ungarn: Politisches Porträt: www.auswaertiges-amt.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

Wettbewerbsfähigkeit und Rentabilität haben begonnen die alten Mitgliedstaaten einzuholen. Im Fokus der ungarischen Agrarpolitik steht die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der landwirtschaftlichen Betriebe. In Ungarn ist der Anteil landwirtschaftlicher Flächen, insbesondere des Ackerlandes, im internationalen Vergleich hoch. Knapp 58 % der Landfläche, ungefähr 5,3 Mio. ha, steht unter landwirtschaftlichem Anbau.³

3.1.1 Wirtschaftslage

Neben der Hauptstadt Budapest ist besonders der Nordwesten ein wichtiges Wirtschaftszentrum. Die ungarische Wirtschaft erlebte zwischen den Jahren 2013 und 2019 eine Phase besonders starken Wachstums. Der Aufwärtstrend wurde erst 2020 durch die COVID-19-Pandemie unterbrochen. Bereits im Jahr 2021 kehrte Ungarn aber zum alten Wachstumspfad zurück. Denn im Jahr 2021 wuchs das reale BIP um rund 7,1 % gegenüber dem Vorjahr 2020. Ungarns Volkswirtschaft gehört mit einem BIP von ca. 184,7 Mrd. EUR (2022) zu den stärksten in Mittel- und Osteuropa. Im Jahr 2024 wird Vorhersagen zufolge die Wirtschaft um 2,6 % wachsen. Die Arbeitslosenquote bewegt sich seit 2021 innerhalb der 3 – 4 %-Marke; mittelfristig wird dies auch so bleiben.⁴

Ungarns Wirtschaft verfügt über einen ausgeprägten Dienstleistungs- und Industriesektor. Im verarbeitenden Gewerbe überwiegen der Fahrzeugbau, die Elektro- sowie die Lebensmittelindustrie. Die gute industrielle Basis, die Mitgliedschaft in der EU sowie die investitions- und innovationsfreundliche Wirtschaftspolitik tragen dazu bei, dass das Land zu den attraktivsten Standorten für Produktionsansiedlungen und für Vorhaben im Bereich Forschung und Entwicklung in Mittel- und Osteuropa gehört.⁵

Der private Verbrauch gehörte in den Jahren 2021 und 2022 zu den wichtigsten Konjunkturstützen des Landes. Das war v. a. auf Maßnahmen zur Entlastung von Menschen mit geringem Einkommen zurückzuführen, mit denen die Regierung die Einkommen privater Haushalte stützt.⁶ Inzwischen lässt der Druck, die öffentlichen Finanzen zu konsolidieren, dafür immer weniger Spielraum. Hinzu kommen hohe Preissteigerungen, die die Kaufkraft der Verbraucher dämpfen. Die Regierung bemüht sich, mit Maßnahmen zur Preisregulierung dem Kaufkraftverlust entgegenzuwirken. Dennoch wird der Konsum 2023 kaum zum Wachstum beitragen.⁷ Im Jahr 2022 lag die Inflationsrate bei rund 15 % und im Jahr 2023 wird die Inflationsrate wahrscheinlich knapp 16 % erreichen.⁸

³ AHK Ungarn (2023): Marktpotenziale in Ungarn: www.ahkungarn.hu, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁴ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten kompakt Ungarn: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

⁵ GTAI (2022): Attraktiver Investitionsstandort in Zentraleuropa: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁶ Deutscher Bundestag (2018): Maßnahmen der Regierungen in Polen und Ungarn zur Entlastung von Menschen mit geringem Einkommen: www.bundestag.de, zuletzt aufgerufen: 25.10.2023

⁷ GTAI (2023): Wachstum verliert an Schwung: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁸ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten kompakt Ungarn: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

Als wichtigste Gründe für die konjunkturelle Abkühlung werden die Auswirkungen des Ukrainekrieges und der Energiekrise genannt. Beides hat zu erheblichen Belastungen der Unternehmen sowie der privaten Haushalte geführt und die Inflation stark angefeuert. Der private Konsum ging dadurch zurück, Investitionen wurden zurückgefahren.⁹

3.1.2 Außenhandel und Investitionsklima

Die ungarische Industrie ist stark ausfuhrorientiert. Niederlassungen deutscher Firmen haben daran einen wesentlichen Anteil. Heute sind in Ungarn rund 2,5 Tsd. deutsche Unternehmen tätig mit rund 250 Tsd. Beschäftigten. Im deutsch-ungarischen Handel sind Maschinen und Fahrzeuge die wichtigsten Warengruppen, gefolgt von chemischen Erzeugnissen sowie elektrischen Geräten und Ausrüstungen. Auch im Bereich der Nahrungsmittel- und Agrarprodukte ist der Außenhandel dynamisch.¹⁰

Die ungarische Regierung betreibt eine aktive Investitionsförderpolitik. Vorhaben, die beitragen, die Industrie Ungarns technologisch zu modernisieren, werden mit hohen staatlichen Zuschüssen bedacht. Diese können je nach Region und Branche bis zu 50 % der Investitionskosten erreichen. Eine wichtige Rolle spielt dabei die Hungarian Investment Promotion Agency, die ein proaktiver Partner ausländischer Investoren beim Einstieg in Ungarn ist.¹¹

Die Erfahrungen in der COVID-19-Pandemie mit unterbrochenen Lieferketten und Versorgungsengpässen wirkten sich aus: Ungarns Regierung stärkt in strategisch wichtigen Branchen den Ausbau eigener Produktionskapazitäten. Dazu gehören auch der Agrarsektor, die Nahrungsmittelproduktion sowie die Medizintechnik und die Pharmaindustrie. In der Nahrungsmittelindustrie sollen Zuschüsse, insbesondere EU-Fördergelder, es ungarischen Unternehmen ermöglichen, effiziente und moderne Ausrüstungen zu beschaffen, etwa automatisierte Produktionslinien oder sparsame Bewässerungssysteme.¹²

Deutschland hat einen Anteil von rund 24 % an den ungarischen Importen. Der größte Teil der deutschen Lieferungen entfiel auf Straßenfahrzeuge (13,4 %), Kfz-Teile (11,6 %), elektronische und optische Erzeugnisse (7,8 %) sowie elektrotechnische Erzeugnisse (6,8 %) und Maschinen (3,3 %).¹³

⁹ GTAI (2023): Ungarn hofft für 2023 auf stärkeres Wachstum: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023,

¹⁰ GTAI(2023): Ungarn: Auf dem Weg zum Hightechstandort: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

¹¹ Ebenda.

¹² Ebenda.

¹³ GTAI (2022) Außenhandel mit neuem Rekord: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 21.07.2023

Ungarn verfügt über ein gutes Investitionsklima. Das Land punktet mit niedrigen Einkommen- und Körperschaftsteuern, leistungsfähiger Verkehrs- und Transportinfrastruktur und einem guten Telekommunikationsnetz. Wichtigstes Herkunftsland ausländischer Direktinvestitionen in Ungarn ist Deutschland (Anteil am Gesamtbestand 2022: 19,5 %). Dahinter folgen die Niederlande (18,9 %), Österreich (12,2 %), Luxemburg (7 %) und die Schweiz (5,6 %). Der tatsächliche Anteil Deutschlands dürfte jedoch höher sein, wenn die Investitionen von Tochterunternehmen aus Drittländern berücksichtigt werden.¹⁴

3.1.3 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung

Ungarn ist derzeit ein Niedriglohn- und Niedrigsteuerland innerhalb der EU, wenngleich aufgrund des Fachkräftemangels die Lohnsteigerungen in den vergangenen Jahren regelmäßig über der Inflationsrate lagen und zu einem Kaufkraftzuwachs bei den Löhnen und Gehältern geführt haben, der sich derzeit offenbar umzukehren droht. Die durchschnittlichen Arbeitskosten liegen derzeit nur bei etwa einem Drittel des deutschen Niveaus und die duale Ausbildung/Studium sowie die Kooperationen zwischen Bildungseinrichtungen und Unternehmen werden immer umfangreicher und helfen bei der Integration von Arbeitskräften in Unternehmen.¹⁵

Ungarn erreicht im Human Development Index einen Wert von 0,846 und belegt somit Rang 46 von insgesamt 191 Ländern.¹⁶ Im Corruption Perception Index (CPI) 2022 führt Ungarn die 180 Länder umfassende Rangliste mit dem 77. Platz an. Der CPI beschreibt die wahrgenommene Korruption im öffentlichen Sektor eines Landes. Deutschland lag hier im Vergleich auf Platz 9.¹⁷

Im Jahr 2023, im sogenannten Legatum Prosperity Index, belegte Ungarn Platz 42 von 167 (Deutschland lag hier auf Platz 9). Das Land schneidet in den Bereichen Sicherheit und Schutz (Platz 35) und wirtschaftliche Qualität (Platz 29) am besten ab, wobei letzterer Bereich im Vergleich zum Jahr 2013 um 7 Rangordnungen gestiegen ist. Der Index zur persönlichen Freiheit schneidet mit Platz 76 am schlechtesten ab und ist im Vergleich zum Jahr 2013 sogar um 33 Rangordnungen gesunken. In der Gruppe „inkludierende Gesellschaften“ belegt Ungarn insgesamt den 54. Platz und verschlechterte sich in den vergangenen zehn Jahren, seit 2013, um 11 Rangordnungen.¹⁸

Die größte Verbesserung im Vergleich zum Jahr 2013 gab es in der Gruppe „Soziales Kapital“, hier belegte Ungarn im weltweiten Legatum Prosperity Index Platz 47 von 167 und

¹⁴ GTAI (2022): Attraktiver Investitionsstandort in Zentraleuropa: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

¹⁵ Rödl & Partner (2023): Successfully investing in Hungary: www.roedl.com, zuletzt aufgerufen: 31.07.2023

¹⁶ UNDP (2023): Human Development Reports: www.hdr.undp.org, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

¹⁷ Transparency International (2023): Corruption Perception Index: www.transparency.org, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

¹⁸ The Legatum Prosperity Index (2023): Hungary: www.docs.prosperity.com, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

verbesserte sich sogar um 31 Rangordnungen. Deutschland belegte in derselben Kategorie den 20. Platz und verschlechterte sich im Vergleich zum Jahr 2013 um 6 Rangordnungen.¹⁹

3.2 Länderkurzinformation Slowakei

Die Slowakei hat eine Bevölkerung von etwa 5,45 Mio. Menschen. Prognosen zufolge verzeichnet das Land ein rückläufiges Bevölkerungswachstum von -2 % und dürfte bis zum Jahr 2032 nicht mehr als 5,5 Mio. Menschen beheimaten.²⁰ Knapp 67 % der Bevölkerung sind im Alter von 15 bis 64 Jahren und 15 % der Bevölkerung sind unter 15 Jahre alt.²¹

Mittelfristig wird die zunehmende Bevölkerungsalterung die strukturellen Herausforderungen verschärfen und das langfristige Wirtschaftswachstum beeinträchtigen. Um sich auf eine alternde Gesellschaft vorzubereiten, sind Renten-, Gesundheits- und Langzeitpflege sowie Arbeitsmarktreformen erforderlich. Gleichzeitig verstärkt die Bevölkerungsalterung die Notwendigkeit, die Produktivität des Landes zu steigern. Um den wirtschaftlichen Konvergenzprozess wieder zu beleben und das Wachstum integrativer und nachhaltiger zu gestalten, sind Maßnahmen zur Förderung angemessener Qualifikationen, zur Stärkung der inländischen Innovationskapazität und zur besseren Bepreisung umweltschädlicher Aktivitäten erforderlich.²²

Die Slowakei hat eine Fläche von 49.030 km² und wurde nach der Teilung der ehemaligen Tschechoslowakei im Jahr 1993 gegründet. Die Slowakei ist seit Mai 2004 ein EU-Mitgliedstaat. Das Land grenzt an Österreich, Polen, Tschechien, Ukraine und Ungarn.



Abbildung 28: Landkarte Slowakei

Quelle: CIA Worldfactbook (2023)

¹⁹ The Legatum Prosperity Index (2023): Germany: www.docs.prosperity.com, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

²⁰ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten Kompakt: Slowakische Republik: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

²¹ WKO (2023): Länderprofil Slowakei: www.wko.at, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

²² OECD (2023): Slovak Republic Economic Snapshot: www.oecd.org, zuletzt aufgerufen: 21.07.2023

Die Slowakei ist eine parlamentarische Demokratie. Staatsoberhaupt ist seit dem 15. Juni 2019 die für eine Amtszeit von fünf Jahren direkt gewählte Präsidentin Zuzana Čaputová. Das Einkammer-Parlament, der slowakische Nationalrat, wird für vier Jahre gewählt. Die kulturellen und gesellschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und der Slowakei sind eng und vielfältig. Es findet ein reger Austausch in allen kulturellen Bereichen auf staatlicher Ebene, mit privaten Stiftungen sowie über private Kontakte statt.²³

3.2.1 Wirtschaftslage

Im Jahr 2023 belief sich das BIP auf 113,5 Mrd. USD und das BIP pro Kopf betrug rund 20 Tsd. USD. Im Jahr 2023 beträgt die Staatsverschuldung laut Prognosen rund 57 % des BIP und liegt knapp unter der im Maastricht-Vertrag festgelegten Grenze von 60 % des BIP.²⁴ Vorhersagen zufolge soll die Entwicklung des BIP im Jahr 2024 bis 2% steigen, hauptsächlich aufgrund einer Erholung der slowakischen Exporte, da Engpässe in der Lieferkette voraussichtlich zurückgehen werden. Da die Energiepreise im Jahr 2022 größtenteils festgesetzt wurden, dürfte die Konvergenz mit den Marktpreisen die Inflation auf 10,9 % im Jahr 2023 und 5,7 % im Jahr 2024 treiben. Die Kerninflation ist nach wie vor stark und wird durch steigende Preise für Lebensmittel und Dienstleistungen angeheizt.²⁵

Aufgrund der hohen Energiepreise und der Überwälzung auf andere Komponenten, insbesondere Lebensmittel, stieg die Inflation im Jahr 2022 auf über 12 % an. Es wird erwartet, dass die Lebensmittelpreise im Jahr 2023 am stärksten zur Gesamtinflation beitragen werden, auch wenn sie im zweiten Quartal des Jahres 2023 abflachen dürften. Die angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt wird voraussichtlich zu einem anhaltenderen Preisanstieg im Dienstleistungssektor beitragen.²⁶

Im Jahr 2022 lag die Arbeitslosenquote bei 6,3 %. Mittelfristig wird sich diese Quote innerhalb der 6 %-Marke bewegen.²⁷ Im Jahr 2022 stiegen zudem die Nominallöhne unter der Inflationsrate, das zu einem Verlust an realer Kaufkraft führte. Da sich die wirtschaftliche Stimmung erholt, wird erwartet, dass die Arbeitnehmerentgelte etwas schneller als die Inflationsrate steigen, das zu einem Anstieg der Reallöhne im Jahr 2024 führen dürfte.²⁸

²³ Auswärtiges Amt (2023): Deutschland und die Slowakei: Bilaterale Beziehungen: www.auswaertiges-amt.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

²⁴ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten Kompakt: Slowakische Republik: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

²⁵ European Commission (2023): Economic forecast for Slovakia: www.economy-finance.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

²⁶ Ebenda.

²⁷ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten Kompakt: Slowakische Republik: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

²⁸ European Commission (2023): Economic forecast for Slovakia: www.economy-finance.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

Die wachsende Wettbewerbsfähigkeit der slowakischen Wirtschaft spiegelt sich auch im langfristigen Aufstieg im Global Competitiveness Ranking wider. Der Aufstieg in der Rangliste ist das Ergebnis der langfristigen und systematischen Umsetzung von Maßnahmen zugunsten der Unternehmer. Beispiele für solche Maßnahmen sind die regelmäßigen Anti-Bürokratie-Pakete.²⁹

3.2.2 Außenhandel und Investitionsklima

Der Außenhandel mit Ländern der EU gilt als Stärke der slowakischen Wirtschaft. Das inzwischen relativ hoch industrialisierte Land hat einen Industrieanteil von etwa 35 % am BIP. Dieser Wirtschaftszweig ist in der Slowakei stark von Export geprägt, wobei insbesondere die Automobilproduktion eine wichtige Rolle spielt.³⁰

Im Jahr 2022 war Deutschland der wichtigste Handelspartner der Slowakei, sowohl beim Export als auch beim Import. Insgesamt haben in der Slowakei seit ihrer Gründung ca. 600 deutsche Firmen investiert und ca. 160 Tsd. Arbeitsplätze geschaffen. Sie gehören damit zu den wichtigsten ausländischen Direktinvestoren in der Slowakei.³¹ Im Jahr 2022 betrug somit der Anteil Deutschlands an den Gesamtexporten des Landes rund 21 %, gefolgt von Tschechien (12 %), Ungarn (8,8 %), Polen (7,9 %) und Frankreich (5,9 %). Im selben Jahr stammten die meisten slowakischen Importe aus Tschechien (18 %), Deutschland (17,6 %), Polen (8,8 %), Österreich (7,5 %) und Ungarn (6,8 %).³²

Deutsche Unternehmen gehören zu den größten Arbeitgebern in der Slowakei und sind daher wichtige Akteure auf dem slowakischen Markt. Allerdings ist es schwierig, ihre genaue Zahl zu ermitteln, da viele Unternehmen im Besitz von in anderen Ländern registrierten Tochtergesellschaften sind. Die Slowakei erzielt seit einigen Jahren einen Handelsüberschuss mit Deutschland.³³

Exportorientierte Unternehmen profitieren in der Slowakei von weniger Problemen in den Lieferketten. Nachdem die Warenimporte im Jahr 2022 viel dynamischer zulegten als der Export, kehrt sich das Verhältnis 2023 um. Geringerer Konsum und weniger Lagerhaltung bremsen das Importtempo herunter, ebenso die hohen Preise für Energieträger. Von Januar bis Mai 2023 wuchsen die Ausfuhren der Slowakei nominal um 9,3 %, der Import um 1,4 %. Der Saldo fiel mit 1,7 Mrd. EUR hoch positiv aus. Ein Jahr zuvor 2022 hatte er in fast derselben Höhe negativ zu Buche geschlagen.³⁴

²⁹ GTAI (2022): Wirtschaftsdaten Kompakt: Slowakische Republik: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

³⁰ Lpb (2023): Wirtschaft in der Slowakei: www.osteuroopa.lpb-bw.de, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

³¹ Auswärtiges Amt (2023): Deutschland und die Slowakei: Bilaterale Beziehungen: www.auswaertiges-amt.de, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

³² WKO (2023): Länderprofil Slowakei: www.wko.at, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

³³ Rödl & Partner (2023): Successfully investing in Slovakia: www.roedl.com, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

³⁴ GTAI (2023): Slowakische Wirtschaft wächst erneut langsamer: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

3.2.3 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung

Die Slowakei hat seit ihrem EU-Beitritt im Jahr 2004 eine bemerkenswerte wirtschaftliche Entwicklung verzeichnet. Das Land hat von ausländischen Direktinvestitionen profitiert, insbesondere in der Automobilindustrie, was zu einem starken Wachstum des BIP geführt hat. Dieses Wachstum hat schließlich zu neuen Arbeitsplätzen und Chancen geführt. Bis heute ist die Wirtschaft zu stark auf die Automobilindustrie fokussiert und wenig diversifiziert. In der Automobilindustrie gibt es gute Beschäftigungschancen, während es in anderen Regionen des Landes schwieriger sein kann, Arbeit zu finden. Außerdem gibt es ein starkes West-Ost-Gefälle. So gehört die Region Bratislava zu den reichsten im europäischen Vergleich.³⁵

Die Slowakei schneidet im Vergleich mit anderen Ländern des Better Life Index der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) nur in einigen Messgrößen hinsichtlich der Lebensqualität gut ab. Seine Werte liegen über dem Durchschnitt in den Bereichen soziale Beziehungen und Sicherheit, aber unterhalb in puncto Einkommen und Vermögen, Gesundheit, Umwelt sowie Lebenszufriedenheit. Die Menschen in der Slowakei sind im Allgemeinen mit ihrem Leben weniger zufrieden als der Durchschnitt der OECD-Bürger. Auf einer Skala von 0 bis 10 bewerten sie ihre Lebenszufriedenheit mit 6,5. Der OECD-Durchschnitt liegt bei 6,7.³⁶

In der Slowakei beläuft sich das bereinigte verfügbare Pro-Kopf-Haushaltsnettoeinkommen im Durchschnitt auf ca. 21,15 USD pro Jahr, welches weniger ist als der OECD-Durchschnitt von 30,49 USD pro Jahr.³⁷

³⁵ WKO (2023): Slowakei: Branchenprofil Nahrungsmittel und Getränke: [www.wko.at,zuletzt](http://www.wko.at/zuletzt) aufgerufen: 28.09.2023

³⁶ OECD (2023): Slowakische Republik: <https://www.oecdbetterlifeindex.org/de/countries/slovak-republic-de/>, zuletzt aufgerufen: 28.09.2023

³⁷ Ebenda.

4. Lebensmittel allgemein Ungarn

4.1 Marktüberblick

Die Landwirtschaft spielt eine strategische Rolle in der ungarischen Wirtschaft. Die vorteilhaften natürlichen Gegebenheiten bilden die Grundlage sowohl für den Ackerbau als auch für die Tierhaltung. Die meisten Exportprodukte sind Getreide, Fleisch und Fleischerzeugnisse, Gemüse und Obst, Tierfutter, tierische Fette und pflanzliche Öle. Das Land produziert Rindfleisch, Schweinefleisch, Geflügel und Milchprodukte wie Käse und Joghurt. Die Qualität der ungarischen Fleisch- und Milchprodukte wird international geschätzt.³⁸

Die Lebensmittelindustrie ist ein wichtiger Sektor der ungarischen Wirtschaft. Es handelt sich um einen stabilen, krisenresistenten und strategischen Sektor, der jedoch in Bezug auf Wettbewerbsfähigkeit und Einkommensmöglichkeiten weit hinter seinen Möglichkeiten bleibt.³⁹ Mit einem Produktionswert von rund 12,4 Mrd. EUR hatte die Lebensmittelindustrie im Jahr 2022 einen Anteil von rund 11,3 % an der Erzeugung des gesamten verarbeitenden Gewerbes des Landes. Im Jahr 2022 beliefen sich die Exportumsätze auf rund 5,3 Mrd. EUR oder 6,8 % des Ausfuhrwertes der gesamten Industrie.

Die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie hat einen Anteil von ca. 2,2 % an dem BIP des Landes. In ca. 5,4 Tsd. Betrieben werden etwa 100 Tsd. Menschen beschäftigt. Die Lebensmittelindustrie ist bei einem überwiegenden Anteil von kleinen Unternehmen kleinständisch strukturiert. Zwei Drittel der Unternehmen sind Kleinstunternehmen, 15 % sind kleine Unternehmen, 0,5 % sind mittlere Unternehmen und nur 1 % zählen zu großen Unternehmen.⁴⁰ Die Fleisch- und fleischverarbeitende Industrie, die Milchindustrie, die Herstellung von Back- und Teigwaren sowie die Getränkeindustrie sind die wichtigsten Branchen.⁴¹ Ferner hat Ungarn eine lange Tradition in der Wein- und Bierherstellung und ist bekannt für seine Weinregionen, darunter Tokaj, Eger und Villány. Ungarischer Wein, insbesondere der Tokajer Wein, genießt internationalen Ruf.

Ungarn ist ein bedeutender Getreideproduzent. Die Anbaustruktur wird von Getreide- und Maiskulturen dominiert. Zusammen mit der ausgebauten Nahrungsmittelindustrie sorgt die eigene Getreideproduktion für eine relativ hohe Selbstversorgung der Bevölkerung. Eigene Produkte genießen bei den ungarischen Verbrauchern einen klaren Vertrauensvorschuss und Kaufpriorität. Per Saldo exportiert Ungarn sowohl bei Agrarrohstoffen als auch bei

³⁸ Eit Food (2023): Hungary: www.eitfood.eu, zuletzt aufgerufen: 31.07.2023

³⁹ AHK Ungarn (2023): Marktpotenziale in Ungarn: www.ahkungarn.hu, zuletzt aufgerufen am 24.09.2023

⁴⁰ Fesz (2023): az élelmiszeripar számokban: www.elelmiszeripar.hu, zuletzt aufgerufen: 21.07.2023

⁴¹ Ebenda.

Nahrungsmitteln deutlich mehr, als es importiert, und verzeichnet damit eine positive Handelsbilanz.⁴²

Die Modernisierung der Nahrungsmittelindustrie gehört zu einem der Schwerpunkte der ungarischen Wirtschaftspolitik. Aus Sicht der ungarischen Regierung habe die COVID-19-Pandemie deutlich gemacht, wie wichtig ein hoher Selbstversorgungsgrad mit Nahrungsmitteln und ausreichenden Produktionskapazitäten sein kann.⁴³ Deutsche Unternehmen können von der Modernisierung der ungarischen Lebensmittelindustrie mit EU-Unterstützung profitieren, ihre Qualitätsreputation nutzen, um den Bedarf an hochwertigen Produkten zu decken, und durch Partnerschaften und Innovationen in einem exportorientierten Markt erfolgreich sein.

Discounter in Ungarn haben 30 % des Gesamtmarktes inne. Der deutsche Discounter Lidl, Teil der deutschen Schwarzgruppe, ist seit 2021 der umsatzstärkste Lebensmitteleinzelhändler in Ungarn. Zu den weiteren großen Marktführern zählen SPAR, ALDI, Tesco, Auchan und Penny sowie einheimische Lebensmitteleinzelhandelsketten wie Reál Hungária, CBA und COOP.⁴⁴

Was Lebensmittel und landwirtschaftliche Erzeugnisse betrifft, so verfügt Ungarn über ein gut entwickeltes Vertriebssystem. Während etwa zwei Drittel der Lebensmittel in den Einzelhandelsregalen ungarischen Ursprungs sind, gibt es immer noch Möglichkeiten für ausländische Produkte mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Ungarische Importeure suchen nach bekannten Marken und besonderen, innovativen oder neu auf den Markt gebrachten Produkten. Daher kann der Markteintritt mit einem einzigen Produkt oder einer einzigen Produktlinie schwierig sein. Da Markentreue kein entscheidender Faktor bei Kaufentscheidungen ist, sind neue Ideen und neue Markennamen bei ungarischen Importeuren und Verbrauchern willkommen.⁴⁵

4.1.1 Fleisch

Ungarn ist einer der größten Exporteure von Wildfleisch in Europa. Fast 90 % der jährlich in Ungarn verarbeiteten 3,8 Tsd. t werden ins Ausland exportiert, hauptsächlich nach Deutschland und Italien, wobei 48 % des importierten ungarischen Wildfleisches auf Deutschland entfallen. In Ungarn sind 46 Unternehmen im Wildfleisch-Sektor aktiv, einem

⁴² Fesz (2023): az élelmiszeripar számokban: www.elelmiszeripar.hu, zuletzt aufgerufen: 21.07.2023

⁴³ GTAI (2022): Förderung der Nahrungsmittelindustrie: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

⁴⁴ Ebenda.

⁴⁵ GTAI (2022): Struktur der Landwirtschaft: www.gtai.de, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

wertvollen und besonderen Lebensmittel, doch der Verbrauch liegt aktuell (Jahr 2023) bei nur 0,1 kg pro Kopf in Ungarn. Im Vergleich zu vor zehn Jahren, im Jahr 2013, war der Verbrauch von Wildfleisch doppelt so hoch.⁴⁶

Ein anhaltendes strukturelles Problem im Land ist, dass das Schlachten ein nicht zu unterschätzender Engpass in der Produktionskette ist. Obwohl es in Ungarn moderne, gut ausgestattete Schlachthöfe gibt, ist deren Produktionsvolumen viel zu gering. Daher haben viele Fleischunternehmen, die kostspielige und ineffiziente interne Lösungen für die Schlachtung gefunden haben, bereits zu einem frühen Zeitpunkt in der Wertschöpfungskette ihres Produkts einen Wettbewerbsnachteil. Seit Anfang 2023 erlebt Ungarn zudem eine schwere Wirtschaftskrise. Demzufolge sind u. a. die Futtermittelpreise sowie Energiekosten gestiegen. Ferner stürzt die häufige Rechts- und Steuererhöhung in Ungarn immer mehr Fleischunternehmen in existenzielle Not. Der drastische Rückgang des Realeinkommens der Verbraucher hat jedoch zu einem Rückgang der Nachfrage nach lokalen Produkten und Spezialitäten geführt. Allgemein verzeichnet der Fleischkonsum in Ungarn einen Rückgang, insbesondere bei der jüngeren Generation.⁴⁷

Die Fleischproduktion in Ungarn ist auf verschiedene Regionen des Landes verteilt, wobei einige Regionen aufgrund ihrer landwirtschaftlichen Bedingungen und Traditionen eine größere Rolle spielen. Die bedeutendsten Regionen für die Fleischproduktion in Ungarn sind Alföld, Bakony und die Balaton-Region, Transdanubien sowie Hortobágy. Schweinefleisch und Geflügelfleisch ist die meistkonsumierte Fleischsorte in Ungarn.

Das Unternehmen Hunent Zrt. ist eines der größten Unternehmen in der Fleischverarbeitungsbranche in Ungarn. Das Hauptportfolio des Unternehmens besteht in der Verarbeitung von jungen Enten. Diese Produkte werden im Ganzen oder zerlegt, gekühlt oder als Tiefkühlprodukte verkauft. Auch ist das Unternehmen im Bereich der Geflügelverarbeitung aktiv.⁴⁸



Abbildung 55: Auswahl an Produkten des Unternehmens Hunent Zrt.

Quelle: Hunent Zrt (2023)

⁴⁶ Hungary today (2023): Hungary among the largest game meat exporters in Europe: www.hungarytoday.hu.

⁴⁷ Agroberichten Buitenland (2023): In Hungary both the meat industry and arable farming face serious challenges: www.agroberichtenbuitenland.nl, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

⁴⁸ Hunent Zrt (2023): Über uns: www.hunent.hu, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

Nach den jüngsten Daten von Eurostat ist der Tierbestand in der EU im November und Dezember 2022 im Vergleich zu 2021 bei Schweinen um 5 %, bei Rindern um 1 %, bei Schafen um 2 % und bei Ziegen um 3 % zurückgegangen. In Ungarn betrug der Rückgang der Schweinepopulation im selben Jahr rund 6 %, der Rinderpopulation fast 2 % und der Schaf- sowie der Ziegenpopulation 1,7 % bzw. mehr als 10 %.

Die Rinderbestände in der EU gehen seit dem Jahr 2016 stetig zurück. Der ungarische Rinderbestand ging um 1,75 % zurück, von 909,9 Tsd. Stück auf 894 Tsd. Stück. Der ungarische Schafbestand ging von 887 Tsd. auf 871,7 Tsd. zurück. Dies entspricht einem Rückgang von 1,7 %. Deutlich stärker war der Rückgang in der Ziegenhaltung, wo der Bestand von 45 Tsd. Tieren im Jahr 2021 auf 41 Tsd. Tiere sank, das einem Rückgang von 10,1 % entspricht.⁴⁹

4.1.2 Getreide und Mais

Ungarn produziert jährlich zwischen 6,5 und 9,3 Mio. t Mais, von denen 35 bis 45 % exportiert werden und 20 bis 25 % in die industrielle Produktion gehen. Im Jahr 2022 belief sich die ungarische Maiserzeugung aufgrund der katastrophalen Dürre auf insgesamt rund 3,2 Mio. t. Dies deckt nicht den inländischen Verbrauchsbedarf an Mais von rund 4 Mio. t. Insgesamt haben die Mais- und Weizenpreise in Ungarn aufgrund des Zustroms von importiertem ukrainischem Mais und Weizen zu sinken begonnen.

Der Preis für Mais lag durchschnittlich bei 300 und 320 EUR pro t. Importierter Mais aus der Ukraine wird in Ungarn derzeit für 190 bis 200 EUR pro t gehandelt. Das Preisniveau drückt die Preise auf dem gesamten Markt. Dadurch sank auch der Preis für ungarischen Mais auf unter 250 EUR pro t.

4.1.3 Obst und Gemüse

Ungarn produziert eine breite Palette an Gemüse und Obst, darunter Tomaten, Paprika, Gurken, Äpfel und Trauben. Diese Produkte werden sowohl für den Inlandsverbrauch als auch für den Export angebaut. Paprika ist ein wichtiger Bestandteil der ungarischen Küche. Das Land ist bekannt für seine scharfen und edelsüßen Paprikasorten, die in vielen traditionellen ungarischen Gerichten verwendet werden. Im Jahr 2022 betrug der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch von Obst in Ungarn etwa 63,5 kg pro Jahr und der Pro-Kopf-Verbrauch von Gemüse etwa 92,4 kg pro Jahr.⁵⁰

⁴⁹ Agroberichten Buitenland (2023): Hungary's maize production at risk: www.agroberichtenbuitenland.nl, zuletzt aufgerufen 28.09.2023

⁵⁰ VG (2022): Rekordnövekedés az európai bio piacon: www.vg.hu, zuletzt aufgerufen 24.09.2023

Ferner liegt der Anteil der ökologischen Anbaufläche in Ungarn bei 6 % und bewegt sich mit dieser Prozentzahl im europäischen Mittelfeld. In Bezug auf die absolute Anbaufläche für Bio-Obst ist Ungarn sogar weltweit auf Platz 10 vorgerückt. 11,5 % der ungarischen Obstplantagen, also 7.306 Tsd. ha werden ökologisch bewirtschaftet. Mehr als 5 Tsd. Landwirte, ca. 500 Lebensmittelverarbeiter und knapp 50 Unternehmen sind im Bio-Segment aktiv; die ihre Produkte außerhalb der EU exportieren.⁵¹

4.1.4 Milch und Milchprodukte

Bei Milch kann der Inlandsbedarf aus heimischer Produktion gedeckt werden. Ungarn ist praktisch Selbstversorger bei der Milchproduktion. Im Jahr 2010 erreichte die Milchproduktion einen historischen Tiefpunkt. Seither steigt die Produktion mit kleinen Schwankungen stetig an. Die Eigenproduktion liegt bei fast 2 Mrd. l pro Jahr. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch beträgt 60 l pro Jahr. Der Pro-Kopf-Verbrauch für Milchprodukte wie bspw. Butter, Käse und Joghurt liegt in etwa bei 20 kg pro Jahr. Der inländische Verbrauch liegt jedoch unter dem EU-Durchschnitt.⁵²

Langfristig kann der ungarische Milchsektor nur dann erfolgreich sein, wenn es der Regierung gelingt, den heimischen Verbrauch zu stabilisieren und gegebenenfalls zu steigern. Aus diesem Grund gibt es auf Regierungsebene und auch seitens der ungarischen Milchersteller einen Marketingfond, um den einheimischen Verbrauch anzuheben. Der Milchsektor steht vor großen Herausforderungen, mit starker Konkurrenz durch alternative Produkte wie bspw. Milch auf pflanzlicher Basis.⁵³

In Ungarn sind ca. 128 Unternehmen in der Milchverarbeitung tätig. Den Kern der Branche bilden mittelständische Betriebe, die einen Kuhbestand zwischen 51 und 500 Kühe aufweisen. Produktionsorte der ungarischen Milch befindet sich in Zentralungarn, rund um die Hauptstadt Budapest sowie im Osten des Landes.⁵⁴

4.2 Überblick Ein- und Ausfuhren nach Produktgruppe

Im Jahr 2021 importierte Ungarn Schweinefleisch aus Spanien der HS-Warengruppe 0203 im Wert von 6,47 Mrd. USD. Spanien führt als wichtigstes Lieferland die Statistik an. Weitere Lieferländer sind die USA (5,84 Mrd. USD), Deutschland (3,96 Mrd. USD), Kanada (3,27 Mrd. USD) und Dänemark (3,19 Mrd. USD). Deutschland steht mit seinem Exportvolumen nach Ungarn auf dem dritten Rang mit einem Marktanteil von ca. 10,7 %.⁵⁵

⁵¹ VG (2022): Rekordnövekedés az európai bio piacon: www.vg.hu, zuletzt aufgerufen 24.09.2023

⁵² Magyarország Kormánya (2022): tejfogyasztást népszerűsítő kampány indul: www.kormany.hu, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

⁵³ Ebenda.

⁵⁴ Dairy Industry (2023): Hungary is hitting high with CAP: www.dairyindustries.com, zuletzt aufgerufen: 31.07.2023

⁵⁵ OEC World (2023): Pig Meat in Hungary: www.oec.world, zuletzt aufgerufen: 28.09.2023

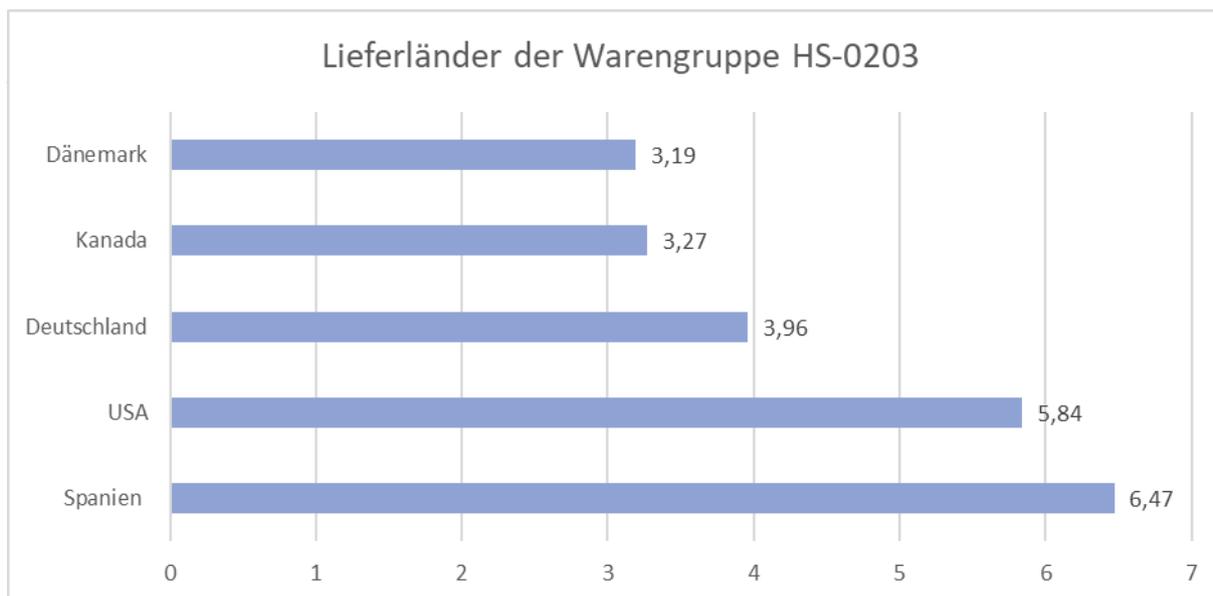


Abbildung 74: Lieferländer der ungarischen Exporte der Warengruppe HS-0203 (in Mio. USD)

Quelle: eigene Darstellung nach OEC World (2023)

Wie bereits in 4.1.1 skizziert, ist neben Schweinefleisch auch Geflügelfleisch die meistkonsumierte Fleischsorte in Ungarn. Die Herkunftsländer von Geflügelfleisch (Hühner der Art Gallus Domesticus) frisch, gekühlt oder gefroren der HS-Warengruppe 0207 sind v. a. Brasilien (25 %), USA (15,7 %), Polen (10,2 %), die Niederlande (8,41 %) und Deutschland (6,79 %).⁵⁷

Bei den Ex- und Importen von Milch der HS-Warengruppe 0401 ist zunächst auffallend, dass die Importzahlen unter den Exportzahlen liegen. In diesem Segment verzeichnet Ungarn eine positive Handelsbilanz. Im Jahr 2021 wurde Milch im Wert von 179 Mio. USD exportiert. Die Importe hingegen beliefen sich auf 53,2 Mio. USD. Zentrale Herkunftsländer sind die Slowakei (12,9 Mio. USD), Polen (11,3 Mio. USD), Tschechien (10,3 Mio. USD), Deutschland (8,47 Mio. USD) sowie Belgien (2,77 Mio. USD). Der am schnellsten wachsende Importmarkt dieser Produktgruppe war in den Jahren 2020 und 2021 Deutschland, gefolgt von der Slowakei und Polen.⁵⁸

⁵⁶ OEC World (2023): Pig Meat in Hungary: www.oec.world, zuletzt aufgerufen: 28.09.2023

⁵⁷ Ebenda.

⁵⁸ OEC World (2023): Milk in Hungary: www.oec.world/en, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

4.3 Orientierungspreise der Lebensmittel im Markt

Trotz steigender Preise und Inflation verzeichnete der ungarische Lebensmittelmarkt eine positive Entwicklung. Im Jahr 2022 stieg die Verbraucherpreisinflation um 14,5 % an, während die Preise für Nahrungsmittel um 44,8 % anstiegen. Die landwirtschaftlichen Erzeugerpreise lagen im Jahresdurchschnitt 2023 um 49,7 % höher als im Jahr 2022.⁵⁹

Um die Lebensmittelpreise aller europäischen Länder vergleichen zu können, erstellt die europäische Statistikbehörde Eurostat sogenannte Preisniveauindizes. Liegt der Preisniveauindex eines Landes über 100, sind die Produkte dort teurer als im EU-Durchschnitt, liegt der Index unter 100, sind sie günstiger. Das Preisniveau für Lebensmittel liegt in Ungarn bei 76 % und weist ein vergleichsweise niedriges Preisniveau aus⁶⁰

Die Eurostat-Zahlen zu den Konsumausgaben der privaten Haushalte des Jahres 2022 zeigen, dass die Menschen in Ungarn 18 % Konsumausgaben für Lebensmittel aufwenden.⁶¹

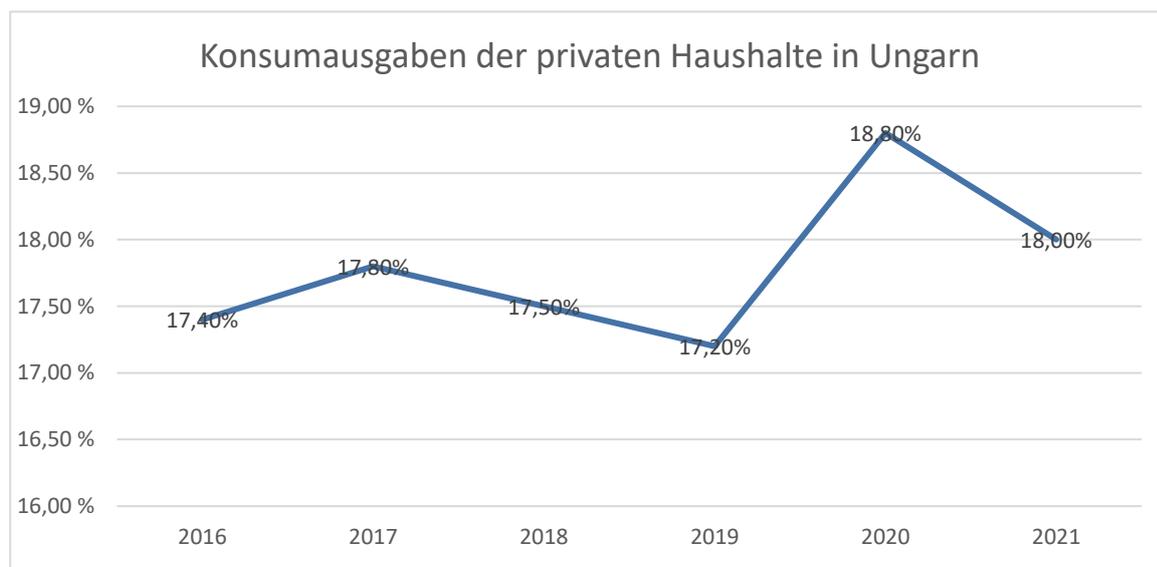


Abbildung 85: Konsumausgaben der privaten Haushalte in Ungarn von 2016 bis 2021

Quelle: eigene Darstellung nach Eurostat (2022)

(Daten aus 2022 liegen für Ungarn nicht vor)

4.3.1 Erzeugerpreise

Die Entwicklung des Erzeugerpreisindex spiegelt die erwarteten Veränderungen der Preise wider, zu denen Hersteller ihre Waren und Dienstleistungen auf dem Markt anbieten. Dieser Index ist auch ein wichtiger Indikator für den Inflationsdruck in der Volkswirtschaft, da er

⁵⁹ KSH (2023): Hungary 2022: www.ksh.hu, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

⁶⁰ Eurostat (2023): Price level index for final household consumption expenditure 2022: www.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 28.09.2023

⁶¹ Eurostat (2023): Final consumption expenditure of households, by consumption purpose: www.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 28.09.2023

Aufschluss über mögliche Kostensteigerungen entlang der Produktionskette gibt. Die Erzeugerpreise in Ungarn stiegen im August 2023 auf 180,8 Punkte – von 179,6 Punkten im Juli 2023 an. Der Erzeugerpreisindex in Ungarn wird voraussichtlich bis Ende 2023 einen

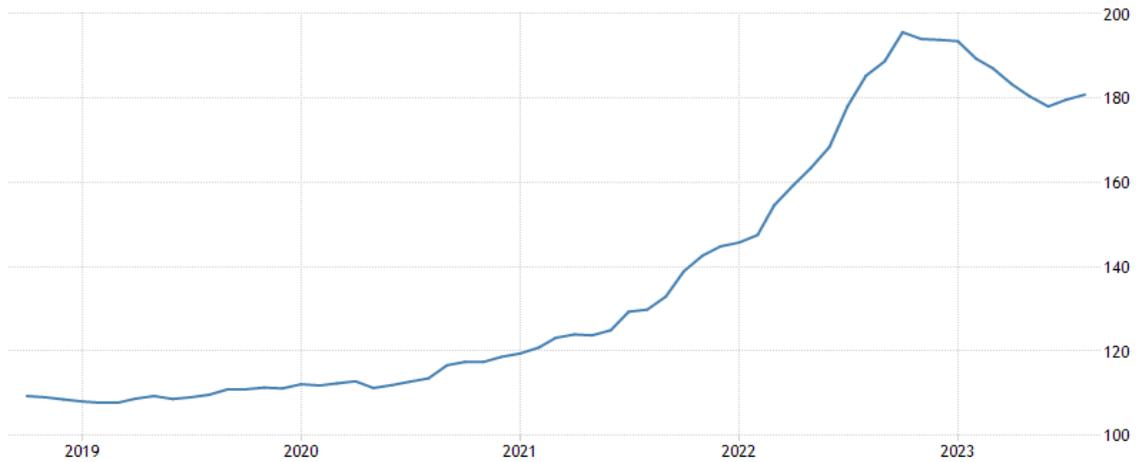


Abbildung 104: Erzeugerpreise in Ungarn im Zeitraum 2019 bis 2023

Quelle: Trading Economics (2023): Hungary Producer prices

4.3.2 Importpreise

In Ungarn werden die Importpreise stark durch die Wechselkurse beeinflusst. Die Importpreise in Ungarn sanken im Juni 2023 auf 91,4 Punkte – von 94,9 Punkten im



⁶² Trading Economics (2023): Hungary Import Prices: www.tradingeconomics.com, zuletzt aufgerufen: 28.09.2023

Abbildung 107: Importpreise in Ungarn im Zeitraum 2019 bis 2023

Quelle: Trading Economics (2023): Hungary Import Prices

4.4 Verbrauchernachfrage und Trends

In Ungarn zeigt sich ein Trend zum geringen Fleischverzehr. Ein möglicher Grund für einen sinkenden Fleischverzehr könnte der anhaltende Trend zu einer pflanzenbasierten Ernährung sein. Die Tendenzen in der Inlandsnachfrage spiegeln sich in der Nettoerzeugung der in Ungarn geschlachteten Tiere sowie dem Rückgang des Viehbestands wider.⁶³

Die ungarischen Verbraucher v. a. junge Menschen legen immer mehr Wert auf einen gesundheitsbewussten Lebensstil und entscheiden sich für gesündere Produkte, die Zusätze wie „frei von Zusatzstoffen“ oder „ohne Zucker“ beinhalten. In den Regalen der Supermärkte wird ersichtlich, dass eine wachsende Anzahl von Eigenmarkenprodukten in dieser Kategorie zur Verfügung stehen.⁶⁴

Als Wachstumssparte in der ungarischen Lebensmittelindustrie gilt auch die Produktion von Bioprodukten. Die Anzahl der Hersteller von Bioprodukten steigt stetig an. Ein zunehmendes Interesse an gesunder Ernährung hat dafür gesorgt, dass der Handel sein Angebot an Bioprodukten ausgeweitet hat. Das sind jene Trends, die eine aufmerksame Marktbeobachtung seitens deutscher Exporteure erfordern.⁶⁵

⁶³ Agroberichten Buitenland (2023): In Hungary both the meat industry and arable farming face serious challenges: www.agroberichtenbuitenland.nl, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

⁶⁴ Coca-Cola HBC (2022): Sugar and calorie content of soft drinks further decrease in Hungary: www.hu.coca-colahellenic.com, zuletzt aufgerufen: 26.10.2023

⁶⁵ VG (2022): Rekordnövekedés az európai bio piacon: www.vg.hu, zuletzt aufgerufen 24.09.2023

5. Lebensmittel allgemein in der Slowakei

5.1 Marktüberblick

Die slowakische Lebensmittelindustrie ist eine der sich am dynamischsten entwickelnden Industrien. Die Lebensmittelindustrie in der Slowakei ist nach schwierigen Transformationsprozessen vollständig im Privatsektor tätig. Nach der Unabhängigkeit und insbesondere nach der Aufnahme in die EU fand eine tiefgreifende Umstrukturierung und Modernisierung dieser Branche statt, deren Hauptziele v. a. darin bestand die Überkapazität abzubauen und eine höhere Arbeitsproduktivität zu erreichen, um die Wettbewerbsfähigkeit der Lebensmittelindustrie zu steigern. Die Modernisierung der Nahrungsmittelindustrie gehört weiterhin zu einem der Schwerpunkte der slowakischen Wirtschaftspolitik.⁶⁶

Die Lebensmittelindustrie ist mit rund 400 Herstellern und einem Anteil von ca. 10 % der industriellen landwirtschaftlichen Erzeugung eine bedeutende Säule der slowakischen Wirtschaft. In der Slowakei spielen Lebensmittelimporte traditionell eine große Rolle. In den slowakischen Lebensmittelgeschäften dominieren ausländische Produkte. Ihr Anteil beläuft sich auf über 42 %. Die Außenhandelsbilanz mit Agrar- und Nahrungsmittelerzeugnissen war von Januar bis Juni 2023 in Höhe von -1.106,3 Mio. EUR passiv.⁶⁷

Im Jahr 2021 beliefen sich die Agrar-, Fisch- und Forstwirtschaftsimporte der Slowakei auf insgesamt 6,3 Mrd. USD und die Exporte auf 4,3 Mrd. USD. Aufgrund ihrer Größe und ihres Klimas ist die Slowakei bei vielen frischen Lebensmitteln auf Importe angewiesen. Mehr als 75 % der Importe stammen aus anderen EU-Ländern, insbesondere aus den Nachbarländern Tschechien und Polen.⁶⁸

Die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie hat einen Anteil von ca. 2 % an dem BIP des Landes. Rund 52 Tsd. Menschen arbeiten in der Lebensmittelindustrie.⁶⁹ Im Jahr 2022 erzielten die Getränkeproduktion (+49 Mio. EUR) und die Backwarenherstellung (+35,7 Mio. EUR) den größten Gewinn, gefolgt von der Fleischproduktion (+15 Mio. EUR) sowie der Milchproduktion (+14,9 Mio. EUR).⁷⁰

Bei der landwirtschaftlich genutzten Gesamtfläche ist langfristig ein rückläufiger Trend zu beobachten. Aktuell werde ca. 39,2 % der Landfläche landwirtschaftlich genutzt. Im Jahr 2021 verfügte die Slowakei rund 2,4 Mio. ha landwirtschaftliche Nutzfläche. Im

⁶⁶ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic (2023): Food processing Industry: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

⁶⁷ SPPK (2023): Dovozy a vývoz agropotravinárskych výrobkov v januári až júni 2023, www.sppk.sk, zuletzt aufgerufen: 18.09.2023

⁶⁸ USDA (2022): Slovakia Country Commercial Guide; www.trade.gov, zuletzt aufgerufen: 31.07.2023

⁶⁹ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic: Green Report 2021: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁷⁰ Ebenda.

Jahr 2022 hat sich die Fläche um ca. 54 Tsd. ha verringert, was einem Rückgang von -2,8 % entspricht.⁷¹

Die wichtigsten Zentren der Lebensmittelproduktion sind die Regionen Tirnava (im Westen der Slowakei), Banská Bystrica und Nitra. In Tirnava sind ca. 17 % der Erwerbstätigen in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie beschäftigt, gefolgt von der Region Banská Bystrica (16,6 %) und Nitra (15,7 %).⁷²

Seit 2009 erwirtschaften slowakische Lebensmittelhersteller Exportüberschüsse insbesondere in den Sparten Süßwaren und Zucker. Dies spiegelt sich auch in der aktuellen Größe der Unternehmen wider. Die Anzahl der erfassten Hersteller von Zucker und Süßwarenprodukten hat sich von 922 im Jahr 2020 auf 1,04 Tsd. im Jahr 2021 erhöht.⁷³ Aktuell sind 36 % der slowakischen Lebensmittelhersteller in der Süßwaren- und Zuckerbranche tätig, gefolgt von der Getränkeindustrie (24,4 %) und Backwarenindustrie (15 %).⁷⁴

5.1.1 Fleisch

In der Slowakei hat der Fleischkonsum eine lange Tradition, weil geeignete Böden dies ermöglichen. Daher verzeichnet das Land traditionsbedingt einen hohen Fleischkonsum. Die Tierzucht v. a. Rinder- und Schafzucht ist ein wichtiger Sektor der slowakischen Wirtschaft. Sein Anteil an der Bruttoagrarpromotion beträgt mehr als 60 %. Insbesondere die tierischen Nebenprodukte sind von hoher Relevanz für die slowakische Tierzucht.⁷⁵

Die Massentierhaltung von Nutztieren hat in der Slowakei, ähnlich wie in Tschechien und in Ungarn, eine lange Tradition und blieb auch nach der Unabhängigkeit erhalten, während die Produktionssysteme durch kleine Herden einzelner Landwirte bereichert wurden. Obwohl hinsichtlich der Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe einzelne Landwirte dominieren, werden auf großen landwirtschaftlichen Betrieben erhebliche Mengen an Tieren gezüchtet.⁷⁶

Der Selbstversorgungsgrad von Fleisch liegt in der Slowakei bei 71,6 %. Schweinefleisch und Geflügelfleisch ist die meistkonsumierte Fleischsorte im Land. Im Jahr 2021 wurden pro Kopf 39,0 kg Schweinefleisch und 23,6 kg Geflügelfleisch verzehrt. Rindfleisch wird vergleichsweise wenig konsumiert. Hier liegt der Pro-Kopf-Verbrauch bei 5,7 kg pro Jahr.⁷⁷

⁷¹ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic: Green Report 2021: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁷² Ebenda.

⁷³ Ebenda.

⁷⁴ Ebenda.

⁷⁵ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic (2023): Animal production: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

⁷⁶ Ebenda.

⁷⁷ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic: Green Report 2021: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

Im Jahr 2021 stieg der Fleischkonsum gegenüber dem Vorjahr 2020 lediglich um 0,1 kg an. Langfristig gesehen soll der Fleischverbrauch keinen großen Anstieg verzeichnen, sondern eher stagnieren. Mittlerweile findet ein Umdenken in der Gesellschaft statt. Primär die jüngere Generation achtet im Zuge des gestiegenen Gesundheitsbewusstseins vermehrt darauf, weniger Fleisch zu konsumieren. Auch die Anzahl der fleischverarbeitenden Betriebe in der Slowakei zeigt einen Abwärtstrend. Von 242 Betrieben im Jahr 2020 ist ihre Anzahl im Jahr 2021 auf 173 Betriebe gesunken.⁷⁸

Die Fleischproduktion in der Slowakei ist auf verschiedene Regionen des Landes verteilt, Jedoch findet die Verarbeitung hauptsächlich in den Provinzen Trenčín, Nitra, Banská Bystrica, Trnava und Košice statt. Die größten Marktakteure in der slowakischen fleischverarbeitenden Industrie ist das Unternehmen Mecom mit Sitz in Humenné sowie das Unternehmen Hyza.⁷⁹

5.1.2 Milch und Milchprodukte

Der Milchkonsum in der Slowakei verzeichnet einen Aufwärtstrend. Im Jahr 2022 wurden pro Kopf 190,4 kg Milch und Milchprodukte konsumiert. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Milch- und Milchprodukten ist im Vergleich zum Vorjahr 2021 um 10,3 kg angestiegen. Die Produktion von Schafmilch pro Mutterschaf stieg um 4,2 kg und die Gesamtproduktion von Schafmilch betrug rund 12,8 Tsd. t. Die Eigenversorgung in der Slowakei mit Milch wird auf 1,35 Tsd. t geschätzt.⁸⁰

Trotz des Anstiegs liegt der Verbrauch von Milch und Milchprodukten in der Slowakei unterhalb der von Ernährungsexperten empfohlenen Menge. Ferner gehört der Verbrauch zu den niedrigsten in der EU. Einen erheblichen Einfluss auf die Konsumstruktur hat die zunehmende Nachfrage nach anderen Getränken wie bspw. Softgetränken zulasten des Konsums von Milch und Milchprodukten. Ähnlich wie in Ungarn gibt es auch in der Slowakei auf Regierungsebene und auf Verbandsebene Werbekampagnen, um eine Steigerung des Milchverbrauchs zu fördern.⁸¹ Die Bevölkerung konsumiert viel mehr importierte Milch und Milchprodukte, da lokal produzierte Milch entweder zu teuer ist oder nicht nachgefragt wird.

Nach Angaben des slowakischen Molkereiverbands Slovenský mliekarenský zväz (SMZ) ist die Produktion slowakischer Milch und Milchprodukte aus u. a. folgenden Gründen bedroht: Die

⁷⁸ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic: Green Report 2021: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁷⁹ SARIO (2022): Food Processing Industry in Slovakia: www.sario.sk, zuletzt aufgerufen: 31.07.2023

⁸⁰ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic: Green Report 2021: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁸¹ SK Oval (2023): Ako Spoznáte Slovenské Mlieko a Mliečne Výrobky: www.slovenskemlieko.sk, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

Preise für Rohmilch und die Preise, zu denen die Verarbeiter Milchprodukte verkaufen, decken oft nicht die Produktionskosten. Dies bedeutet, dass sie in eine schlechte wirtschaftliche Situation geraten, die auf lange Sicht nicht tragbar ist.⁸² Das größte Unternehmen der slowakischen Milchindustrie ist das Unternehmen Rajo, eine Tochtergesellschaft der deutschen Meggle AG.

5.1.3 Bio

Gegenwärtig beträgt die ökologisch bewirtschaftete Fläche ca. 65 Tsd. ha, davon sind 16 Tsd. ha Ackerland, ca. 49 Tsd. ha Dauergrasland, 234 ha Obstanbaufläche und 133 ha Weinanbaufläche. In der Slowakei sind 130 Biobetriebe registriert und weitere 60 Betriebe befinden sich in der Phase der Umstellung auf den Bio-Anbau. Langfristig gesehen werden die Biobetriebe wachsen, da die Anbieter von Bioprodukten auf dem slowakischen Markt hohe Handelsmargen erzielen. Die durchschnittliche Betriebsgröße der slowakischen Biobauern liegt bei 390 ha.⁸³

Der größte Teil der ökologischen Produktion wird exportiert und als Biolebensmittel wieder importiert. Dies verteuert deren Preis und verringert die Absatzmöglichkeiten in der Slowakei. Insbesondere in der Region Bratislava werden Bio-Lebensmittel stark nachgefragt. Eine repräsentative Befragung zu den Kaufpräferenzen der slowakischen Verbraucher für Bio-Lebensmittel der Slovak University of Agriculture in Nitra ergab zudem, dass die Menschen in der Slowakei einmal pro Woche Bio-Lebensmittel einkaufen. In der Slowakei wird überwiegend Bio-Obst und -Gemüse konsumiert. Der Bio-Obst- und Gemüseverbrauch hat eine steigende Tendenz. Im Jahr 2022 stieg der Obstkonsum um 2,0 kg auf 71,6 kg pro Jahr.⁸⁴

5.2 Überblick über die Ein- und Ausfuhren nach Produktgruppe

Im Jahr 2021 exportierte Ungarn Schweinefleisch der HS-Warengruppe 0203 in Höhe von rund 47 Mio. USD. Im selben Jahr wurden Schweinefleisch im Wert von 337 Mio. USD eingeführt. Im Segment Schweinefleisch verzeichnet die Slowakei eine starke negative Handelsbilanz. Die wichtigsten Ausfuhrländer sind hier Ungarn (22,7 Mio. USD), Polen (9,09 Mio. USD), Tschechien (7,7 Mio. USD), die Niederlande (3,77 Mio. USD) und Rumänien (1,69 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Exportmärkte waren zwischen den Jahren 2020 und 2021 in Polen mit einem Wachstumsvolumen in Höhe von 3,03 Mio. USD, gefolgt von Tschechien (1,91 Mio. USD) und Moldawien (1,69 Mio. USD).⁸⁵

⁸² SK Oval (2023): Nasa iniciativa: www.slovenskemieko.sk, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

⁸³ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic (2023): Organic Agriculture: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

⁸⁴ Ebenda.

⁸⁵ OEC World (2023): Pig meat in Slovakia: www.oec.world/en, zuletzt aufgerufen: 25.09.2023

Die Importe im gleichnamigen Segment fallen vergleichsweise sehr hoch aus. Im Jahr 2021 war die Slowakei weltweit der 21. größte Importeur von Schweinefleisch der HS-Warengruppe 0203. Zentrale Herkunftsländer sind Polen (77,8 Mio. USD), Deutschland (65,8 Mio. USD), Tschechien (61,6 Mio. USD), Spanien (52,7 Mio. USD) und Belgien (25,3 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Importmärkte dieser Produktgruppe waren zwischen den Jahren 2020 und 2021 Ungarn mit einem Wachstumsvolumen im Wert von 11,8 Mio. USD, gefolgt von Dänemark (3,53 Mio. USD) und Frankreich (1,81 Mio. USD).⁸⁶

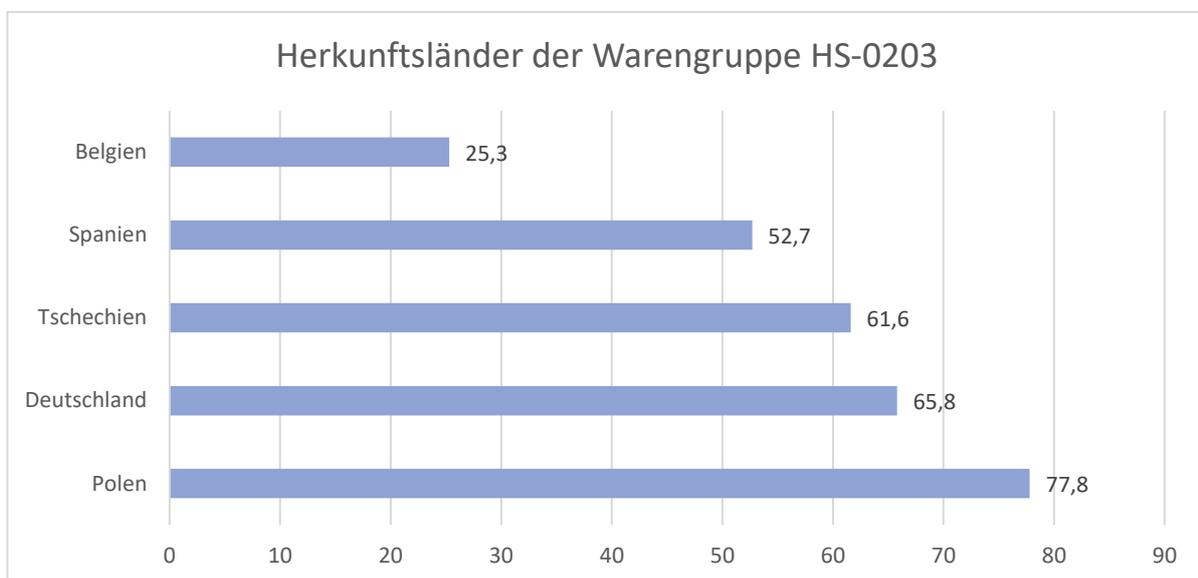


Abbildung 118: Herkunftsländer der slowakischen Importe der Warengruppe HS-0203 (in Mio. USD)

Quelle: eigene Darstellung nach OEC World (2023)

Im Jahr 2021 führte die Slowakei Geflügelfleisch (Hühner der Art Gallus Domesticus) frisch, gekühlt oder gefroren der HS-Warengruppe 0207 im Wert von 198 Mio. USD ein, das sie somit weltweit zum 41. größten Importeur machte. Im selben Jahr war Geflügelfleisch das 108. meistimportierte Produkt in der Slowakei. Zentrale Herkunftsländer sind Polen (94,4 Mio. USD), die Ukraine (39,4 Mio. USD), Ungarn (33,5 Mio. USD), Tschechien (17,1 Mio. USD) und Rumänien (5,77 Mio. USD). Die am schnellsten wachsenden Importmärkte dieser Produktgruppe waren zwischen den Jahren 2020 und 2021 die Ukraine mit einem Wachstumsvolumen im Wert von 13,1 Mio. USD, gefolgt von Ungarn (8,56 Mio. USD) und Rumänien (2,15 Mio. USD).⁸⁷

Bei den Ex- und Importen von Milch der HS-Warengruppe 0401 ist eine geringfügige positive Handelsbilanz zu beobachten. Im Jahr 2021 wurde Milch im Wert von 88,6 Mio. USD

⁸⁶ OEC World (2023): Pig meat in Slovakia: www.oec.world/en, zuletzt aufgerufen: 25.09.2023

⁸⁷ OEC World (2023): Poultry Met in Slovakia: www.oec.world/en, zuletzt aufgerufen: 25.09.2023

exportiert. Die Importe hingegen beliefen sich auf 71,4 Mio. USD. Zentrale Herkunftsländer sind Tschechien (40,3 Mio. USD), Polen (13,7 Mio. USD), Ungarn (5,2 Mio. USD), Litauen (4,55 Mio. USD) und Deutschland (3,2 Mio. USD). Der am schnellsten wachsende Importmarkt dieser Produktgruppe war in den Jahren 2020 und 2021 Polen, gefolgt von Litauen und Ungarn.⁸⁸

5.3 Orientierungspreise der Produkte im Markt

Die Verbraucherpreise für Nahrungsmittel stiegen im ersten Quartal des Jahres 2023 um über 25 %. Angesichts des jüngsten Rückgangs der Inputpreise, einschließlich der Energiepreise, ist nicht mit einem weiteren Anstieg der Lebensmittelpreise zu rechnen.⁸⁹

Die Eurostat-Zahlen zu den Konsumausgaben der privaten Haushalte des Jahres 2022 zeigen, dass die Menschen in der Slowakei 19,5 % ihrer Konsumausgaben für Lebensmittel aufwenden.⁹⁰

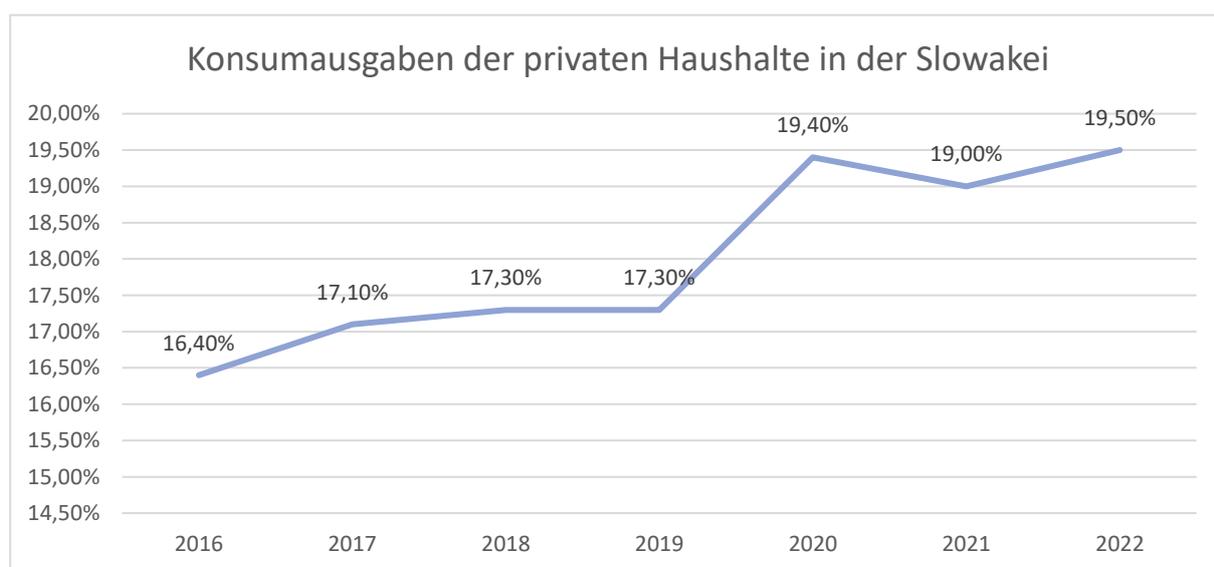


Abbildung 145: Konsumausgaben der privaten Haushalte in der Slowakei von 2016 bis 2022

Quelle: eigene Darstellung nach Eurostat (2022)

5.3.1 Erzeugerpreise

Die Entwicklung des Erzeugerpreisindex spiegelt die erwarteten Veränderungen der Preise wider, zu denen Hersteller ihre Waren und Dienstleistungen auf dem Markt anbieten. Die Erzeugerpreise in Ungarn stiegen im August 2023 auf 156,4 Punkte – von 156,3 Punkten im Juli 2023 - an. Der Erzeugerpreisindex in der Slowakei wird voraussichtlich bis Ende 2023 einen Wert von 166,83 Punkten erreichen. Diese Prognose basiert auf den globalen

⁸⁸ OEC World (2023): Milk in Slovakia: www.oec.world/en, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁸⁹ European Commission (2023): Economic forecast for Slovakia: www.economy-finance.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 27.09.2023

⁹⁰ Eurostat (2023): Final consumption expenditure of households, by consumption purpose: www.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen 28.09.2023

Makromodellen von Trading Economics sowie den Erwartungen von Analysten. Langfristig gesehen wird erwartet, dass der Erzeugerpreisindex in Ungarn im Jahr 2024 weiterhin steigen wird und einen Wert von 180,18 Punkten erreichen kann. Für das Jahr 2025 wird ein Wert von 187,39 Punkten prognostiziert.



Abbildung 170: Entwicklung der Erzeugerpreise in der Slowakei im Zeitraum 2019 bis 2022

Quelle: Trade Economic (2023), Slovakia Producer Prices

5.3.2 Importpreise

In der Slowakei werden die Importpreise stark durch die Wechselkurse beeinflusst. Die Importpreise in Ungarn sanken im Juni 2023 auf 99,2 Punkte – von 98,8 Punkten im Mai 2023. Im Jahr 2022 erreichten die Importpreise einen starken Anstieg von knapp 105 Punkten. Seit Juni 2023 ist wieder ein Abwärtstrend zu beobachten. So soll der Importpreisindex unter dem Basiswert von 100 Punkten liegen.



Abbildung 185: Importpreise in der Slowakei im Zeitraum 2019 bis 2022

Quelle: Trade Economics (2023), Slovakia Import Prices

5.4 Verbrauchernachfrage und Trends

Das Interesse an gesunder Ernährung führt in der Slowakei zu einem Trend hin zum Vermeiden von Zucker, Fett, künstliche Farbstoffe, Salz und kohlenensäurehaltigen Getränken. Gute Kennzeichnungen dieser Inhaltsstoffe auf Produkten sind vielen Konsumenten wichtig. So ist auch die langfristige Strategie der slowakischen Supermarktkette Tesco den Anteil an gesunden Lebensmitteln in den Verkaufsregalen zu erhöhen.⁹¹

Bis 2027 wird Tesco bspw. den Anteil an gesunden Produkten gemessen am Nährwert auf 53 % erhöhen. Ferner soll die Rezeptur von mehr als 300 Eigenprodukten neu formuliert werden, um sie gesünder zu machen. Auf mechanisch zerkleinertes Fleisch soll in Zukunft verzichtet werden. Darüber hinaus hat sich Tesco auch zum Ziel gesetzt den Anteil an Gemüse, Obst und Ballaststoffen bei den Eigenprodukten zu erhöhen. Ferner wird die Produktpalette an gesunden Lebensmitteln, unter der Bezeichnung "frei von" erweitert.⁹²

Nach Angaben des slowakischen Landwirtschaftsministeriums ist der Zuckerkonsum in der Gesellschaft rückläufig. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch liegt bei 29,6 kg pro Jahr. Auch bei Fetten ist ein geringer Verbrauch zu beobachten.⁹³ Ein weiterer Trend der Chancen für ausländische Investoren in der slowakischen Lebensmittelindustrie bietet, ist die steigende Nachfrage nach hochwertigen Produkten. So gehört die Region Bratislava zu den reichsten im europäischen Vergleich. Das bedeutet, dass hochwertige Lebensmittel v. a. im Westen nachgefragt werden. Slowakische Konsumenten sind zudem sehr preissensibel, jedoch sind sie allerdings bereit für hohe Qualität auch einen höheren Preis zu zahlen.⁹⁴

⁹¹ Spectator (2023): Tesco Slovakia CEO: Self-service shopping is the future of retail: www.spectator.sme.sk, zuletzt aufgerufen: 28.09.2023

⁹² Ebenda.

⁹³ Ministry of Agriculture and Rural Development of the Slovak Republic: Green Report 2021: www.mpsr.sk, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁹⁴ WKO (2023): Slowakei: Branchenprofil Nahrungsmittel und Getränke: www.wko.at,zuletzt aufgerufen: 28.09.2023

6. Rahmenbedingungen zum Import

6.1 Zoll- und Präferenzrechtliche Bestimmungen

Zoll- und präferenzrechtliche Bestimmungen beruhen überwiegend auf der Rechtsgrundlage der Europäischen Gemeinschaft. Für ökologische/biologische Produkte gilt die Verordnung (EG) 2018/848.⁹⁵

In Ungarn und der Slowakei gelten vollinhaltlich das Zollregime der EU. Dieses basiert auf dem Prinzip des freien Warenverkehrs innerhalb des EU-Binnenmarktes. Es bestehen somit grundsätzlich keine Zölle oder Mengenbeschränkungen für Lebensmittel und andere Waren, die zwischen den EU-Mitgliedstaaten gehandelt werden.

Es können jedoch in einigen Fällen spezielle nationale oder regionale Vorschriften gelten, die den Handel mit bestimmten Lebensmitteln einschränken könnten.

Umfangreiche Informationen in englischer Sprache enthält die Homepage der ungarischen Zollbehörde NAV: www.nav.gov.hu sowie die slowakische Zollbehörde PFS: www.financnasprava.sk

Viele EU-Mitgliedsstaaten führen eine eigene Liste lizenzpflichtiger Waren. In Ungarn ist das ungarische Gewerbeamt für die Erteilung von Import- und Exportlizenzen zuständig. Weitere Informationen können direkt auf der Seite aufgerufen werden: www.mkeh.gov.hu

Gemäß dem Gemeinsamen Zolltarif der EU kommt für alle EU-Mitgliedstaaten derselbe Tarif zur Anwendung, nämlich der TARIC. Die ersten sechs Stellen beruhen auf dem Harmonisierten System. Nur die letzte der zwölf Stellen ist als Code für nationale Maßnahmen vorgesehen, die anderen Stellen stimmen in allen EU-Ländern überein.⁹⁶

6.2 Kennzeichnungsvorschriften

Bei der Kennzeichnung von Produkten bzw. verpackten Produkten muss die allgemeingültige Rechtsgrundlage der EU, Verordnung (EU) 1169/2011, berücksichtigt werden.⁹⁷ Ungarn und die Slowakei haben die europäischen Bestimmungen vollständig ins eigene Rechtssystem übernommen. Wenn die Etikettierung der Produkte EU-konform ist, können diese problemlos in Ungarn und in der Slowakei eingeführt werden. Die Kennzeichnung muss zudem in der jeweiligen Landessprache erfolgen:

⁹⁵ Agri Culture (2022): Kontrolle und Zertifizierung: www.agriculture.public, zuletzt aufgerufen: 24.09.2023

⁹⁶ European Commission (2023): The EU market: www.trade.ec.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 31.07.2023

⁹⁷ Sécurité Alimentaire (2022): Etiquetage des denrées alimentaires: www.securite-alimentaire.public, zuletzt aufgerufen: 16.09.2023

Folgende Angaben sind. verpflichtend:

- Bezeichnung des Lebensmittels,
- Liste der Zutaten,
- Informationen über Allergene,
- Menge bestimmter Zutaten,
- Nettofüllmenge des Lebensmittels,
- Mindesthaltbarkeits- oder Verbrauchsdatum,
- gegebenenfalls besondere Anweisungen für Aufbewahrung und/oder Anweisungen für die Verwendung,
- Name oder Firma und Anschrift des Lebensmittelunternehmers,
- Ursprungsland oder Herkunftsort (falls nicht aus der EU),
- Gebrauchsanleitung (falls nötig),
- Nährwertangabe.⁹⁸

6.3 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte

Der ungarische und slowakische Lebensmittelmarkt ist deutschen Produkten offen. Der Zugang erfolgt in der Regel über spezialisierte Importeure, die die Produkte in den großen Supermarktketten, Hypermärkten und unabhängigen Läden platzieren.

⁹⁸ EU (2023): Vorschriften für die Kennzeichnung von Lebensmitteln: www.europa.eu, zuletzt aufgerufen: 26.09.2023

7. SWOT-Analyse

Tabelle 1: SWOT-Analyse Ungarn

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - Enge Verflechtung mit Deutschland (v. a. Süddeutschland) - Gut ausgebildete Arbeitskräfte - Flexibler Arbeitsmarkt - Gute Infrastruktur - Traditionelle Affinität zu deutscher Qualität und Technikbegeisterung 	<ul style="list-style-type: none"> - Zu starker Fokus auf einige wenige Industriesparten (Automobilindustrie) - Schwach ausgeprägte unternehmerische Initiative - Arbeitskräfteabwanderung, Fachkräftemangel - Mangelnde Transparenz bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen - Fehlen eines starken Mittelstands
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> - Günstiges Umfeld für Investitionen im verarbeitenden Gewerbe, vor allem in der Kfz-Industrie - Förderung von Investitionen in F&E - Großer Nachholbedarf bei Energieeffizienz - Weiterer Ausbau des Transport- und Logistiksektors - Zugang zu EU-Fördermitteln 	<ul style="list-style-type: none"> - Vertrauensverlust bei wachsendem Einfluss des Staates auf die Wirtschaft - Häufige Rechts- und Steueränderungen - Wechselkursschwankungen und Anfälligkeit für Finanzkrisen - Schwächen bei der Berechenbarkeit der Wirtschaftspolitik - Proeuropäischer Kurs bleibt abzuwarten

Quelle: eigene Darstellung nach GTAI (2023)

Tabelle 2: SWOT-Analyse Slowakei

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> - EU-Mitglied und einziges Euroland unter den Visegrád-Staaten - Industrielle Tradition und Basis - Netz zuverlässiger lokaler Zulieferer - Produktivität und Qualifikation der Arbeitskräfte - Solider Bankensektor 	<ul style="list-style-type: none"> - Fachkräftemangel, auch durch Abwanderung von Spezialisten - Noch sehr energieimportabhängig von Russland - Niedrigere Wertschöpfung durch viel importabhängige Montage - Ausbildungsdefizite beim Praxisbezug - Zu wenig Forschung und Entwicklung
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> - Profitiert als Standort vom Diversifizierungstrend und neuen Ansiedlungen - Rund 20 Mrd. EUR an EU-Aufbau- und Fördermitteln - Steuerlicher Abzug von Kosten für F&E (100 %) und von Investitionen - Bedarf an Dekarbonisierung, Ressourceneffizienz und Gesundheitsinvestitionen - Dynamik in der Ostslowakei durch IT-Ökosystem und die Ansiedlung von Volvo Cars 	<ul style="list-style-type: none"> - Kleiner Binnenmarkt und große Exportabhängigkeit - Zu langsame Schöpfung der europäischen Gelder - Mangelnde Nachhaltigkeit der öffentlichen Finanzen - Fokussierung auf die Automobilindustrie - proeuropäischer Kurs bleibt abzuwarten

Quelle: eigene Darstellung nach GTAI (2023)

8. Adressmaterial Ungarn

8.1 Fachmessen

HungExpo	
Adresse / Website	Albertirsai Út 101101 Budapest Ungarn www.hungexpo.hu
Kontakt	E-Mail: hungexpo@hungexpo.hu Tel.: + 36 (0)126 36000
Profil	HungExpo ist der Veranstalter der führenden Messen und Konferenzen Ungarns und der Region. Auf der Webseite findet sich ein Verzeichnis aller in Ungarn stattfindenden Messen, Ausstellungen und Konferenzen.

SIRHA	
Adresse / Website	Albertirsai Út 101101 Budapest Ungarn www.hungexpo.hu
Kontakt	Herr Bart Korpershoek, Sales Manager E-Mail: sirha-budapest@hungexpo.hu Tel.: + 36 (0)126 36000
Profil	Die SIRHA ist eine Fachmesse für die ungarische Lebensmittelindustrie. Branchenschwerpunkte sind: Nahrungs- und Genussmittel (Branche 24), Gastronomie, Ladeneinrichtungen (Branche 33), Nahrungsmittel- und Verpackungsmaschinen (Branche 61). Die SIRHA zählt zu den wichtigsten Leitmessen der Lebensmittelbranche und der HoReCa. Sie bietet ihren Besuchern ein umfangreiches Angebot an Produkten und Dienstleistungen aus diesen Bereichen. Die Messe hat im Jahr 2022 vom 22. bis 24. März stattgefunden.
Termin	Turnus: zweijährlich 05. bis 07. März 2024

8.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

Cukrász Ipartestület (Verband der Konditoreien)	
Adresse / Website	Üllői Út 674 1185 Budapest Ungarn www.cukraszat.net
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: +36 (0)126 641 65
Profil	Cukrász ipartestület ist der führende ungarische Branchenverband für die Bäckerei- und Konditoreiindustrie.

ÉFOSZ	
Adresse / Website	Bécsi Út 126 - 128 1034 Budapest Ungarn www.efosz.hu
Kontakt	Herr Jenei Gábor, Geschäftsführer E-Mail: fesz@elelmiszeripar.hu Tel.: +36 (0)1889 61 59
Profil	ÉFOSZ ist die nationale wirtschaftliche und berufliche Interessenvertretung der ungarischen Lebensmittelunternehmen. Vorrangiges Ziel von ÉFOSZ ist es, die einheimischen Lebensmittelverarbeiter dabei zu unterstützen, die ungarischen Verbraucher mit qualitativ hochwertigen und sicheren Lebensmitteln zu angemessenen Preisen zu versorgen, die den Produktionskosten entsprechen. Darüber hinaus trägt ÉFOSZ auch zur Schaffung eines regulatorischen Umfelds bei, das die nationale und internationale Wettbewerbsfähigkeit der Mitgliedsunternehmen verbessert.

Hungarian Export Promotion Agency (HEPA)	
Adresse / Website	Kacsa Út 15 - 23 1027 Budapest Ungarn www.hepa.hu
Kontakt	Herr Jenei Gábor, Geschäftsführer E-Mail: jenei.gabor@hepa.hu Tel.: +36 (0)1922 2600
Profil	Die HEPA zielt darauf ab, ungarischen Unternehmen professionelle Dienstleistungen und Anreize für die Einführung seiner Produkte und Dienstleistungen im Ausland zu bieten. Die Exportförderungsagentur HEPA bietet eine breite Palette an Dienstleistungen an, um die Exportaktivitäten ungarischer Unternehmen im Hinblick auf die in der nationalen Exportstrategie festgelegten Ziele zu erleichtern. HEPA unterstützt die internationalen Handelsbeziehungen durch Marktforschung, Unternehmensberatung und exportorientierte Schulungen.

iFood Cluster	
Adresse / Website	Keleti Károly Út 5 - 7 7400 Kaposvár Ungarn www.ifoodklaszter.hu
Kontakt	Frau Weisz Margit, Managerin E-Mail: weisz.margit@ifoodklaszter.hu Tel.: +36 (0)305 890 012
Profil	Dieser Cluster fördert die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteuren in der Lebensmittelindustrie, darunter Hersteller, Forschungs- und Bildungseinrichtungen. Er hat 39 Mitgliedsunternehmen. Das Ziel ist die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der ungarischen Lebensmittelbranche. Der Cluster wurde 2011 von der Industrie- und Handelskammer Somogy, der Universität Kaposvár (heute Ungarische Universität für Agrar- und Biowissenschaften) und führenden Unternehmen der Lebensmittelindustrie in der Region Südtransdanubien gegründet.

Központi Statisztikai Hivatal (KSH) Statistisches Zentralamt	
Adresse / Website	Keleti Károly Út 5-7 1024 Budapest Ungarn www.ksh.hu
Kontakt	E-Mail: ksh@ksh.hu Tel.: +36 (0)1428 5100
Profil	Die Hauptaufgabe ist die Erhebung, Verarbeitung und Veröffentlichung bestimmter wirtschaftlicher und sozialer Daten. Das Amt stellt diese Daten dem Parlament, den Behörden der öffentlichen Verwaltung, den lokalen Regierungen, der Wissenschaft, den Wirtschaftsorganisationen, der Bevölkerung und den Medien zur Verfügung. Auf der Internetseite finden sich hilfreiche Daten zur Verfügung.

Sörgyártók Szövetsége (Verband der Ungarischen Brauerei)	
Adresse / Website	Fehérhajú Út 8 - 10 1052 Budapest Ungarn www.sorszovetseg.hu
Kontakt	Frau Sandor Kantor, Direktorin E-Mail: sandor.kantor@sorszovetseg.hu Tel.: +36 (0)486 0536
Profil	Dieser Verband repräsentiert die Interessen der Bierbrauereien in Ungarn und setzt sich für die Förderung sowie den Schutz der Bierindustrie ein. Der Verband der ungarischen Brauereien vertritt die Interessen der führenden Brauereien des Landes. Die Mitgliedsunternehmen Borsodi Brewery Co., Dreher Breweries Ltd., Heineken Hungaria Breweries Ltd. und Carlsberg Hungary Co. als Fördermitglieder produzieren in ihren vier ungarischen Brauereien 606,6 Mio. l. Bier. Die Brauereien beschäftigen fast 1,7 Tsd. Menschen und bieten über ihre Zulieferer weiteren 25 Tsd. Menschen Arbeit.

MKIK	
Adresse / Website	Szabadság tér 7 1054 Budapest Ungarn www.mkik.hu
Kontakt	E-Mail: mkik@mkik.hu Tel.: +36 (0)14745100
Profil	Die MKIK ist ein regional organisiertes, branchenübergreifendes Organ zur (Selbst-)Vertretung der kaufmännischen und industriellen Interessen von Unternehmern und Wirtschaftsunternehmen. MKIK ist die Ungarische Industrie- und Handelskammer

MNKSZ (Nationaler Handelsverband)	
Adresse / Website	Malomkő Út 2 2040 Budapest Ungarn www.mnksz.hu
Kontakt	Frau Katalin Neubauer, Generalsekretärin E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: +36 (0)14745100
Profil	Der Ungarische Nationale Handelsverband wurde 2014 gegründet, um die Entwicklung der ungarischen Unternehmen durch seine Lobbyarbeit zu fördern. Das Hauptziel des Verbandes ist es u. a., die Interessen der ungarischen Handels- und Dienstleistungsunternehmen zu stärken, aktuelle Fachveranstaltungen anzubieten und aktuelle Informationen in innovativen Bereichen bereitzustellen.

Nationales Amt für Steuern und Zoll (NAV)	
Adresse / Website	Széchenyi Út 2 1054 Budapest Ungarn www.nav.gov.hu
Kontakt	E-Mail: info@nav.gov.hu Tel.: +36 (0)1428 5100
Profil	NAV ist das ungarische Amt für Zoll- und Steuerangelegenheiten.

Nationale Behörde für Lebensmittelsicherheit (NÉBiH)	
Adresse / Website	Keleti Károly Út 24 1525 Budapest Ungarn www.portal.nebih.gov.hu
Kontakt	E-Mail: ugyfelszolgalat@nebih.gov.hu Tel.: +36 (0)613 369 000
Profil	NÉBiH ist das ungarische Amt für die Sicherheit der Lebensmittelkette. Es wurde am 15. März 2012 gegründet und ist das Rückgrat des Landwirtschaftsministeriums. Die Behörde überwacht die Durchsetzung der Vorschriften zur Sicherheit der Lebensmittelkette und bekämpft Lebensmittelbetrug sowie die Schattenwirtschaft.

8.3 Lebensmitteleinzelhandel

Aldi Kft.	
Adresse / Website	Mészárosok Út 2 2051 Biatorbágy Ungarn www.aldi.hu
Kontakt	Herr Bernhard Haider, CEO Kontaktformular auf der Webseite E-Mail: info@kapcsolat.aldi.hu Tel.: (+36) (0)23 533 500
Umsatz	978 Mio. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	6 Tsd.
Profil	Heute verfügt die ungarische Tochtergesellschaft der Aldi-Süd-Gruppe über 164 Filialen in 87 Städten und Dörfern. Aldi bezieht seine frischen, unverarbeiteten Geflügel-, Schweine- und Rindfleischprodukte ausschließlich von ungarischen Lieferanten. 65 Basis-Molkereiprodukte werden ausschließlich aus ungarischen Quellen bezogen.

Auchan Kft.	
Adresse / Website	Sport Út 2 - 4 2040 Budaörs Ungarn www.auchan.hu
Kontakt	Frau Viktoria Lucenko, CEO E-Mail: kommunikacio@auchan.hu Tel.: (+36) (0)680 10 90 10
Umsatz	909 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	5,8 Tsd.
Profil	<p>Seit 1998 ist auch die französische Einzelhandelskette Auchan Kft. in Ungarn vertreten. Derzeit betreibt sie 18 Tankstellenmärkte und 4 Supermärkte.</p> <p>Die Warenhauskette passte ihre Produktpalette nicht nur an die lokalen Geschmäcker, sondern auch an jene der angrenzenden Länder sowie an Belgien, Deutschland und Frankreich an. Sie liegt auf Platz 3, wenn es um die Kundenzufriedenheit geht Unter der Eigenmarke Auchan Kft. vertreibt das Unternehmen auch Schokoladenprodukte.</p>

CBA Kft.	
Adresse / Website	Mészárosok Út 2 2351 Alsónémedi Ungarn www.cba.hu
Kontakt	E-Mail: ertekesites@cba.hu Tel.: (+36) (0)29 620 010
Umsatz	1,4 Mrd. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	30 Tsd. (insgesamt in 9 Ländern)
Profil	<p>CBA Kft. betreibt in Ungarn ca. 1,98 Tsd. Verkaufsstellen, davon ca. 1 Tsd. kleine Lebensmittelgeschäfte. CBA Kft. ist ein zu 100 % in ungarischem Besitz befindliches Unternehmen, das 1992 von 10 ungarischen Privatpersonen gegründet wurde. Das Unternehmen nahm seine Tätigkeit mit der Privatisierung von 17 zuvor staatlichen Einzelhandelsgeschäften auf und vergrößerte die Zahl der Filialen durch Lizenzvergaben und Übernahmen.</p> <p>CBA Kft. bietet über 900 Lebensmittelprodukte im Rahmen seines Eigenmarkensortiments an, hauptsächlich Grundnahrungsmittel, Tiernahrung und andere Waren. Außerdem bietet CBA Kft. folgende Produkte an: Obst, Gemüse, Bäckereiprodukte, Brot, Kuchen, Wein, Bier, Getränke, Fleisch, Eiscreme und Feinkostprodukte.</p>

COOP Zrt.	
Adresse / Website	Könyves Kálmán körút 11 C 1097 Budapest Ungarn www.coop.hu
Kontakt	Herr Géza Tóth, CEO E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: (+36) (0)1455 5400
Umsatz	2,1 Mrd. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	20 Tsd.
Profil	COOP Zrt. besitzt ca. 2,8 Tsd. Franchiseläden in ganz Ungarn und ist die zweitgrößte Einzelhandelskette in Ungarn. COOP Zrt. existiert seit 1997 auf dem ungarischen Markt. Das Unternehmen hatte im Jahr 2020 einen Marktanteil von 12 %. Das Portfolio ist breit aufgestellt, Coop Zrt. bietet Eigenmarkenprodukte in allen wichtigen Kundenzielgruppen und Produktkategorien an. Bei der Produktion arbeitet das Unternehmen überwiegend mit ungarischen Lieferanten zusammen.

Lidl Kft.	
Adresse / Website	Rádl árok 6 1037 Budapest Ungarn www.lidl.hu
Kontakt	Frau Mónika Birta, Purchasing Manager E-Mail: info@lidl.hu Tel.: (+36) (0)680 020 534
Umsatz	2,3 Mrd. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	8 Tsd.
Profil	Der deutsche Discounter Lidl eröffnete im Jahr 2004 seine erste Filiale in Ungarn und ist dort über Lidl Kft. erfolgreich am Markt vertreten. Seitdem bietet das Unternehmen Lebensmittel, Gesundheits- und Schönheitsprodukte, Haushaltswaren, Tierpflegeprodukte sowie Getränke und Spezialprodukte wie Kleidung, Heimwerker-, Elektro-, Haus- und Garten-, Sport- und Outdoor- sowie Auto- und Reiseprodukte an. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte auch online. Mittlerweile betreibt Lidl Kft. insgesamt 197 Filialen und 4 Logistikzentren in ganz Ungarn.

PENNY Zrt.	
Adresse / Website	Penny Út 2 2351 Alsónémedi Ungarn www.penny.hu
Kontakt	Mathias Mentrop, CEO E-Mail: ugyfelszolgalat@penny.hu Tel.: (+36) (0)29 339 345
Umsatz	2 Mrd. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	4,8 Tsd.
Profil	PENNY Zrt. ist seit 1996 in Ungarn vertreten. Das Unternehmen betreibt 228 PENNY-Märkte. Als Arbeitgeber setzt PENNY Zrt. in Ungarn auf Regionalität: Arbeitnehmer kommen bevorzugt aus der Nachbarschaft der Filialen.

Reál Kft.	
Adresse / Website	Rozália Park 5-7 2051 Biatorbágy Ungarn www.real.hu
Kontakt	E-Mail: mail@real.hu Tel.: (+36) (0)623 530 660
Umsatz	1,1 Mrd. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	2,5 Tsd.
Profil	Reál Kft. ist seit dem Jahr 2001 in Ungarn aktiv. Seitdem betreibt das Unternehmen landesweit Einzelhandels- und Großhandelsketten im Lebensmittel- und Chemiebereich. Reál Kft. ist die 6. größte Einzelhandelskette in Ungarn. Das Unternehmen betreibt große Supermärkte unter der Marke Reál Élélmszer und kleinere Geschäfte unter der Marke Reál Pont.

SPAR Kft.	
Adresse / Website	SPAR Út 1 2060 Bicske Ungarn www.spar.hu
Kontakt	Herr Zsolt Szalay, CEO E-Mail: info@spar.hu Tel.: (+36) (0)208 23 7727
Umsatz	1,96 Mrd. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	ca. 13 Tsd.
Profil	SPAR Kft. betreibt mehr als 375 Filialen in Ungarn. Die österreichische Lebensmitteleinzelhandelskette eröffnete seinen ersten Hypermarkt in Ungarn im Jahr 1992. In den Geschäften wird ein großes Angebot in- und ausländischer Produkte angeboten. Der Marktanteil liegt bei 10 %.

Tesco Zrt.	
Adresse / Website	Kinizsi Út 1 - 3 2040 Budapest Ungarn www.tesco.hu
Kontakt	Herr Pálincás Zsolt, CEO E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: (+36) (0)23 533 500
Umsatz	Ca. 1,85 Mrd. (2022)
Mitarbeiterzahl	7 Tsd.
Profil	Tesco Zrt. ist die ungarische Tochtergesellschaft der britischen Supermarktgruppe Tesco. Das Unternehmen betreibt Supermärkte und Hypermärkte unter der Hauptmarke Tesco und kleinere Geschäfte in städtischen Gebieten. Das Unternehmen ist seit 1994 auf dem ungarischen Markt vertreten und betreibt aktuell ca. 200 Filialen in Ungarn.

8.4 Importeure/Hersteller

Alföldi Tej	
Adresse / Website	Seregélyesi Út 127 8000 Székesfehérvár Ungarn www.atej.hu
Kontakt	E-Mail: info@alfolditej.hu Tel.: (+36) (0)22 540 100
Umsatz	159 Mio. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	700
Profil	Alföldi Tej wurde im Jahr 2003 gegründet und betreibt zwei Standorte in Ungarn. Die Produktionsstätte befindet sich in Székesfehérvár und in Debrecen. Alföldi Tej stellt Molkereiprodukte her. Jährlich werden ca. 270 Mio. l Milch verarbeitet.

Banina Kft.	
Adresse / Website	Dayka Út 3 1134 Budapest Ungarn www.banina.hu
Kontakt	Herr Rubin Irodaház, Geschäftsführer E-Mail: info@banina.hu Tel.: (+36) (0)131 926 78
Profil	Die Banina Kft. ist seit fast 20 Jahren auf dem ungarischen Obst- und Gemüsemarkt aktiv. Das ungarische Unternehmen importiert Obst und Gemüse. Der Importeur beliefert alle großen Supermärkte Ungarns. Zu den Importprodukten zählen u. a.: Bananen, Orangen, Zitrone, Äpfel, Tomaten, Gurken, Kartoffeln und Zwiebeln.

Bunge Zrt.	
Adresse / Website	Váci Út 43 1134 Budapest Ungarn www.bunge-hu
Kontakt	E-Mail: info@bunge.hu Tel.: (+36) (0)237 6400
Umsatz	863 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	ca. 35 Tsd. (gesamt)
Profil	Seit fast 200 Jahren engagiert sich Bunge Zrt. für die Entwicklung der Großproduktion und Lebensmittelherstellung. Bunge Zrt. ist ein führendes Großunternehmen der Agrar- und Lebensmittelindustrie mit integrierten Aktivitäten vom Acker bis zum Einzelhandel, die sich über den gesamten Globus erstrecken. Die wichtigsten Produkte sind Stärke, Pflanzenfette und -öle.

Hering-trade Kft.	
Adresse / Website	Köztársaság Út 2 2881 Ászár Ungarn www.halesmas.hu
Kontakt	E-Mail: rendeles@heringtrade.hu Tel.: (+36) (0)34 353 684
Profil	Hering-trade Kft. wurde im Jahr 1995 gegründet. Das Unternehmen importiert Lebensmittel in Dosen, gekühlte sowie gefrorene Lebensmittel.

Hunent Zrt.	
Adresse / Website	Tópart Út 56 6449 Mélykút Ungarn www.hunent.hu
Kontakt	E-Mail: titkarsag@hunent.hu Tel.: (+36) (0)774 99 490
Profil	Hunent Zrt. wurde im Jahr 1852 gegründet. Das Unternehmen zählt zu den größten Unternehmen Ungarns und hat sich auf die Verarbeitung von Wassergeflügel spezialisiert. Mit seinen Produkten ist Hunent Zrt. nicht nur in Ungarn, sondern auch in zahlreichen anderen Ländern der EU und auch im Fernen Osten vertreten. Das Hauptprofil des Unternehmens besteht in der Verarbeitung von jungen Enten. Die produzierten Produkte werden dem heimischen und ausländischen Exportmarkt angepasst.

Hungrana Kft.	
Adresse / Website	Szabadkai Út 18 2432 Szabadegyháza Ungarn www.pick.hu
Kontakt	Herr István Takács, CEO E-Mail: info@hungrana.hu Tel.: (+36) (0)25578 111
Umsatz	ca. 300 Mio. EUR (2022)
Profil	Hungrana Kft. ist ein Unternehmen, das sich auf Produkte wie Zucker, Stärke, Pflanzenfette und -öle spezialisiert hat. Zum Produktportfolio gehören auch Alkohol- und Futtermittelprodukte.

Pick Zrt.	
Adresse / Website	Szabadkai Út 18 6725 Szeged Ungarn www.pick.hu
Kontakt	Herr István Takács, CEO E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: (+36) (0)625 670 00
Umsatz	208 Mio. EUR (2022)
Profil	Pick Zrt. ist der führende Fleischhersteller in Ungarn. Im Jahr 1869 gegründet, hat das Unternehmen seinen Hauptsitz bis heute im südungarischen Szeged. Pick Zrt. Ist bekannt für seine ungarische Salami. Darüber hinaus betreibt Pick Zrt. aber aktuell noch vier weitere Produktionsstätten in Ungarn, die auf die Herstellung unterschiedlicher Produktgruppen spezialisiert sind.

SOLE-MiZo Zrt.	
Adresse / Website	Budapesti Út 6 6728 Szeged Ungarn wwwmizo.hu
Kontakt	E-Mail: solemizo@solemizo.bonafarm.hu Tel.: (+36) (0)625 690 00
Umsatz	238 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiter	1,3 Tsd.
Profil	SOLE-MiZo Zrt. stellt Käse und Milchprodukte her. Zum Produktportfolio gehören u. a.: Joghurt, Butter, Hüttenkäse, Milch, saure Sahne, Kefir, Rahm und Milchdesserts.

9. Adressmaterial Slowakei

9.1 Fachmessen

AGROKOMPLEX	
Adresse / Website	Vystavna 4 94001 Nitra Slowakei www.agrokomplex.sk
Kontakt	E-Mail: agrokomplex@agrokomplex.sk Tel.: +421 (0)37 6572-111
Profil	AGROKOMPLEX ist die Internationale Landwirtschafts- und Nahrungsmittelausstellung. Die Branchenschwerpunkte sind: Land- und Forstwirtschaft, Fischereiwirtschaft, Nutztierhaltung, Veterinärmedizin (Branche 49). Die Messe hat im Jahr 2023 vom 17. bis 20. August stattgefunden.
Termin	Turnus: jährlich

DANUBIUS GASTRO	
Adresse / Website	Viedenska cesta 3-7 85101 Bratislava Slowakei www.incheba.sk
Kontakt	E-Mail: incheba@incheba.sk Tel.: +421 (0)267 271111
Profil	DANUBIUS GASTRO ist die internationale Fachmesse für HoReCa und Lebensmittel. Die Messe hat im Jahr 2023 vom 20. bis 23. April stattgefunden.
Termin	Turnus: jährlich

VINUM LAUGARICIO	
Adresse / Website	Pod Sokolicami 43 91101 Trentschin Slowakei www.expocenter.sk
Kontakt	E-Mail: mikulas@expocenter.sk Tel.: +421 (0)327 442 415
Profil	VINUM LAUGARICIO ist die Internationale Messe für Wein, Wasser und Destillate.
Termin	Turnus: jährlich

9.2 Verbände/Institutionen/Öffentliche Einrichtungen

Asociácia výrobcov nealkoholických nápojov a minerálnych (AVNM)	
Adresse / Website	Pluhová 2 83103 Bratislava Slowakei www.nealkonapoje.sk
Kontakt	Herr Lucia Morvai, Geschäftsführer E-Mail: lucia.morvai@nealkonapoje.sk Tel.: +421 (0)911 591 201
Profil	AVNM ist ein Verband der Hersteller von alkoholfreien Getränken und Mineralwasser. Der Verband wurde im Jahr 1995 gegründet. Er vertritt führende slowakische und ausländische Hersteller von Nektar, Erfrischungsgetränken, Mineralwasser, Fruchtsäften.

Potravinárska komora Slovenska (PKS)	
Adresse / Website	Einsteinova 3817/19 85101 Bratislava Slowakei www.sppk.sk
Kontakt	Frau Jana Venhartova, Direktorin E-Mail: venhartova@pks.sk Tel.: +421 (0)2330 14 286
Profil	PKS ist die slowakische Lebensmittelkammer.

SARIO	
Adresse / Website	Mlynské nivy 44 B 82109 Bratislava Slowakei www.sario.sk
Kontakt	E-Mail: invest@sario.sk Tel.: +421 (0)258 260 100
Profil	SARIO ist eine staatliche Agentur für Investitions- und Handelsförderung. Die Agentur wurde im Jahr 2001 gegründet und untersteht dem slowakischen Ministerium für Wirtschaft.

Slovenský mliekarenský zväz (SMZ) Slowakischer Molkereiverband	
Adresse / Website	Záhradnícka 21 81107 Bratislava Slowakei www.smz.sk
Kontakt	Frau Jana Plankova, Generalsekretärin E-Mail: plankova@smz.sk Tel.: +421 (0)2554 10945
Profil	Der SMZ vereint Molkereiunternehmen, die über 70 % der Gesamtmenge der gekauften und verarbeiteten Milch in der Slowakei verarbeiten, sowie Unternehmen, die hauptsächlich eigene Milch und Schafskäse verarbeiten. In der Gewerkschaft sind neben Molkereien auch Dienstleistungs- und Wirtschaftsorganisationen sowie Organisationen aus den Bereichen Bildung, Wissenschaft und Forschung zusammengeschlossen.

Slovenský zväz spracovateľov mäsa (SZSM) Slowakischer Verband der Fleischverarbeiter	
Adresse / Website	Pluhová 2 85101 Bratislava Slowakei www.nealkonapoje.sk
Kontakt	Frau Eva Forrai, Geschäftsführung E-Mail: slovmaso@gmail.com Tel.: +421 (0) 902 947 052
Profil	SZSM ist ein slowakischer Verband der Fleischverarbeiter. Der Verband zählt ca. 20 Mitglieder.

Slovenské združenie výrobcov piva a sladu Slowakische Vereinigung von Bier- und Malzproduzenten	
Adresse / Website	Záhradnícka 4148/21 81107 Bratislava Slowakei www.pivoslad.sk
Kontakt	Herr Vladimír Machalík, Geschäftsführer E-Mail: vladimir.machalik@slovenskepivo.sk Tel.: +421 (0)905 839 114
Profil	Der Verband von Bier- und Malzproduzenten wurde am 10. April 1991 gegründet. Der Verband vertritt 96 % des slowakischen Biermarktes und 98 % des slowakischen Malzmarktes.

Slovenská poľnohospodárska a potravinárska komora (SPPK)	
Adresse / Website	Záhradnícka 21 81107 Bratislava Slowakei www.sppk.sk
Kontakt	E-Mail: sppk@sppk.sk Tel.: +421 (0)905 839 114
Profil	Die SPPK ist die slowakische Landwirtschafts- und Lebensmittelkammer.

Štatistický úrad Slovenskej Republiky	
Adresse / Website	Lamačská cesta 3/C 84005 Bratislava Slowakei www.statistics.sk
Kontakt	E-Mail: info@statistics.sk Tel.: +421 (0)250236 335
Profil	Štatistický úrad Slovenskej Republiky ist das slowakische Amt für Statistik.

9.3 Lebensmitteleinzelhandel

Billa S.R.O	
Adresse / Website	Bajkalská 19/A 82102 Bratislava Slowakei www.billa.sk
Kontakt	Frau Kvetoslava Kirchnerová, Sprecherin E-Mail: k.kirchnerova@billa.sk Tel.: +421 (0)248 242 222
Umsatz	714 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	4,2 Tsd.
Profil	Billa S.R.O wurde von dem deutschen Einzelhändler REWE aufgekauft. Billa S.R.O eröffnete seinen ersten Laden in der Slowakei im Jahr 1993. Mittelweile ist das Unternehmen mit über 160 Filialen im ganzen Land vertreten. In den Full-Service-Geschäften wird ein großes Angebot in- und ausländischer Produkte angeboten. Der LEH-Marktanteil liegt bei 30 %.

CBA S.A.S	
Adresse / Website	Tatranská 303 10710 Považská Bystrica Slowakei www.cba.sk
Kontakt	E-Mail: cba@cbask.sk Tel.: (+421) (0)42 432 22 53
Umsatz	1,4 Mrd. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	30 Tsd. (insgesamt in 9 Ländern)
Profil	Der ungarische LEH CBA ist auch in der Slowakei über CBA S.A.S am Markt.

Kaufland V.O.S	
Adresse / Website	Trnavská cesta 41/A 83104 Bratislava Slowakei www.kaufland.sk
Kontakt	E-Mail: info@kaufland.sk Tel.: (+421) (0)80015 28 35
Umsatz	600 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	2,5 Tsd.
Profil	Die deutsche Supermarktkette Kaufland, die wie Lidl zur Schwarz-Gruppe gehört, betreibt in der Slowakei als Kaufland V.O.S 70 Verkaufsstellen. Als Full-Service-Supermärkte bieten die Geschäfte ein umfangreiches Angebot inländischer und ausländischer, v. a. deutscher Produkte an. Die Eigenmarken im Bereich Lebensmittel sind u a. K-Bio, K-Classic, K-Classic baby. Der LEH-Marktanteil liegt bei 5 – 10 %. Kaufland V.O.S eröffnete seine erste Filiale im Jahr 2000.

Lidl V.O.S	
Adresse / Website	Ružinovská 1/E 82102 Bratislava Slowakei www.lidl.sk
Kontakt	Herr Adam Miszczyszyn, CEO E-Mail: Kontakformular auf der Webseite Tel.: (+421) (0)800 005 095
Umsatz	960 Mio. EUR (2021)
Mitarbeiterzahl	6 Tsd.
Profil	Der 1930 gegründete deutsche Discounter Lidl ist auch in der Slowakei über V.O.S am Markt und betreibt Supermärkte im gesamten Land. In Slowakei hält Lidl V.O.S. einen Marktanteil von rund 9 %. Das Unternehmen vertreibt seine Produkte auch online. Lidl V.O.S betreibt über 155 Filialen.

Tesco S.A.S	
Adresse / Website	Cesta na Senec 2 82104 Bratislava Slowakei www.tesco.sk
Kontakt	Herr Martin Kuruc, CEO E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite
Umsatz	220 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiterzahl	5,8 Tsd.
Profil	Tesco S.A.S. ist die slowakische Tochtergesellschaft der britischen Supermarktgruppe Tesco und ist mittlerweile Marktführer in der Slowakei. Das Unternehmen betreibt Supermärkte und Hypermärkte unter der Hauptmarke Tesco und kleinere Geschäfte in städtischen Gebieten. Das Unternehmen ist seit 1996 auf dem slowakischen Markt vertreten und betreibt aktuell ca. 160 Filialen in der Slowakei. Der Anteil der slowakischen Produkte am Umsatz von Tesco S.A.S liegt zwischen 40 und 50 %.

9.4 Hersteller/Importeure

HYZA A.S	
Adresse / Website	Odbojárov 2279/37 95592 Topoľčany Slowakei www.hyza.sk
Kontakt	Herr Jozef Sorokáč, Area Sales Manager E-Mail: jozef.sorokac@hyza.sk Tel.: (+421) (0)901 919 321
Umsatz	ca. 95 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiter	867
Profil	HYZA S.A.S gehört zu den größten Verarbeitern und Herstellern von Geflügel und Geflügelfleischprodukten in der Slowakei. Täglich werden mehr als 100 Tsd. Hühner aus slowakischen Betrieben verarbeitet. Seit 2006 ist HYZA S.A.S Mitglied der Agrofert-Holding, die mehr als 230 Unternehmen aus den Bereichen Lebensmittelindustrie, Landwirtschaft, Chemie und Bodentechnik in der Slowakei und in Tschechien vereint.

Heineken S.A.S	
Adresse / Website	Apollo Business Center II, Prievozská 4D, Block E 82109 Bratislava Slowakei www.heinekenslovensko.sk
Kontakt	Herr Luis Prata, CEO E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: (+421) (0)249 271 600
Umsatz	ca. 130 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiter	440
Profil	Heineken S.A.S ist seit mehr als 20 Jahren Marktführer auf dem slowakischen Biermarkt. Der Marktanteil liegt bei über 40 %. Hurbanovská Maltovňa ist die größte Malzfabrik in der Region Mittel-Osteuropa und ist der drittgrößte Betrieb der HEINEKEN-Gruppe mit einer jährlichen Produktionskapazität von 141 Tsd. t Malz. Die Malzfabrik produziert bis zu 50 % der gesamten Malzproduktion in der Slowakei. Mehr als 80 % der Gerste, die jährlich in der Mälzerei verarbeitet wird, stammt aus lokalen Quellen.

Lunys S.R.O	
Adresse / Website	Most pri Bratislave 812 90046 Bratislava Slowakei www.lunys.sk
Kontakt	Frau Katarína Dudášová, Vertrieb E-Mail: katarina.dudasova@lunys.sk Tel.: (+421) (0)918 584 056
Profil	Lunys S.R.O ist ein führendes slowakisches Unternehmen, welches sich primär mit dem Import und der Distribution von Obst und Gemüse befasst. Lunys S.R.O zählt in der Slowakei zu den Unternehmen mit der höchsten Bonität. Das Unternehmen ist v. a. im Großhandel und Einzelhandel aber auch im Bereich HoReCa aktiv. Lunys S.R.O importiert auch Waren aus Deutschland.

MECOM Group	
Adresse / Website	Poľná 4 10660 Humenné Slowakei www.mecom.sk
Kontakt	Herr Ladislav Čechovič, CEO E-Mail: objednavky@mecom.sk Tel.: (+421) (0)47 481 7133
Umsatz	134 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiter	863
Profil	MECOM Group ist führender slowakischer Fleischverarbeiter. An zwei Standorten in der Slowakei wird das Fleisch verarbeitet. In der ostslowakischen Produktionsstätte in der Stadt Humenné werden bspw. Salami, Wurst, Schinken und Speck produziert.

Plzeňský Prazdroj S.A.S	
Adresse / Website	Pivovarská 9 08221 Veľký Šariš Slowakei www.prazdroj.sk
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: (+421) (0)517 772 111
Umsatz	131 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiter	648
Profil	Plzeňský Prazdroj S.A.S ist die slowakische Tochtergesellschaft der tschechischen Bierbrauerei Plzeňský Prazdroj in Pilsen. Das Unternehmen ist seit 1967 Marktführer in der Slowakei. Zu den slowakischen Biersorten gehören die Marken Šariš und Smädny Mních.

RAJO S.R.O	
Adresse / Website	Studená 35 82355 Bratislava Slowakei www.rajo.sk
Kontakt	E-Mail: Kontaktformular auf der Webseite Tel.: (+421) (0)249 225 200
Umsatz	ca. 176 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiter	393
Profil	RAJO S.R.O ist ein führender Hersteller von Molkereiprodukten. Die Milchverarbeitung findet überwiegend in der westlichen Region der Slowakei statt. RAJO S.R.O gehört zum deutschen Konzern MEGGLE. Zum Produktportfolio gehören u. a: Joghurt, Käse, Milch, Kakao. Ab dem Jahr 2020 wurde das Portfolio der lactosefreien Produkte erweitert, insbesondere im Segment Joghurt und Saure Sahne.

TAURIS	
Adresse / Website	Potravinárska 6 979 01 Rimavská Sobota Slowakei www.tauris.sk
Kontakt	Herr Richard Duda, CEO E-Mail: tauris@tauris.sk Tel.: (+421) (0)47561 8201
Umsatz	ca. 92 Mio. EUR (2022)
Mitarbeiter	679
Profil	Das slowakische Unternehmen TAURIS ist auf die Herstellung und den Vertrieb von Fleischprodukten und Fleischzuschnitten spezialisiert. TAURIS ist spezialisiert auf die Herstellung von kleinen Fleischprodukten wie z. B.: weichen Salamis, Schinken (Schweine- und Geflügelfleisch), Speck und Schweinefleischflanken, geräuchertem Fleisch, gekochten Fleischprodukten und Aufstrichen. Seit 1997 exportiert das Unternehmen in die EU Länder.

HERAUSGEBER

Bundesministerium für Ernährung und
Landwirtschaft (BMEL)
53123 Bonn

BEZUGSQUELLE ANSPRECHPARTNER

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

STAND

September 2023

UMSCHLAGGESTALTUNG

BMEL

BILDNACHWEIS

Oleksii/stock.adobe.com

TEXT

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

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Cansu Acar

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

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

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

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

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

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

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

[@Lebensministerium](https://www.instagram.com/Lebensministerium)

[@bmel_bund](https://www.youtube.com/@bmel_bund)

www.agrarexportfoerderung.de

