



Bundesministerium  
für Ernährung  
und Landwirtschaft



# Der Markt für Lebensmittel allgemein in Kroatien und Serbien

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und  
Ernährungswirtschaft / Oktober 2024



## **Inhaltsverzeichnis**

|   |    |
|---|----|
| Tabellenverzeichnis .....                           | 5  |
| Abbildungsverzeichnis .....                         | 5  |
| Abkürzungsverzeichnis .....                         | 6  |
| 1. Executive Summary .....                          | 7  |
| 2. Einleitung .....                                 | 8  |
| 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick .....           | 9  |
| 3.1 Länderkurzinformation zu Kroatien .....         | 9  |
| 3.1.1 Wirtschaftslage .....                         | 11 |
| 3.1.2 Außenhandel und Investitionsklima .....       | 12 |
| 3.1.3 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung .....   | 13 |
| 3.2 Länderkurzinformation zu Serbien .....          | 14 |
| 3.2.1 Wirtschaftslage .....                         | 16 |
| 3.2.2 Außenhandel und Investitionsklima .....       | 17 |
| 3.2.3 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung .....   | 18 |
| 4. Lebensmittel allgemein in Kroatien .....         | 20 |
| 4.1 Marktüberblick .....                            | 20 |
| 4.1.1 Fleisch .....                                 | 21 |
| 4.1.2 Getreide .....                                | 24 |
| 4.1.3 Obst und Gemüse .....                         | 25 |
| 4.1.4 Milch und Milchprodukte .....                 | 26 |
| 4.1.5 Verarbeitete Konsumgüter .....                | 28 |
| 4.1.6 Getränke .....                                | 30 |
| 4.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt ..... | 30 |
| 4.2.1 Erzeugerpreise .....                          | 32 |
| 4.2.2 Importpreise .....                            | 33 |
| 4.3 Distributionswege und Marktanteile .....        | 33 |
| 4.4 Verbrauchernachfrage und Trends .....           | 35 |
| 5. Lebensmittel allgemein in Serbien .....          | 37 |
| 5.1 Marktüberblick .....                            | 37 |
| 5.1.1 Fleisch .....                                 | 38 |
| 5.1.2 Getreide .....                                | 40 |
| 5.1.3 Obst und Gemüse .....                         | 42 |
| 5.1.4 Milch und Milchprodukte .....                 | 44 |
| 5.1.5 Verarbeitete Konsumgüter .....                | 45 |
| 5.1.6 Getränke .....                                | 46 |
| 5.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt ..... | 47 |
| 5.2.1 Erzeugerpreise .....                          | 48 |

|   |    |
|---|----|
| 5.2.2 Importpreise .....  | 49 |
| 5.3 Distributionswege und Marktanteile .....                      | 50 |
| 5.4 Verbrauchernachfrage und Trends .....                         | 51 |
| 6. Rahmenbedingungen zum Import in Kroatien.....                  | 53 |
| 6.1 Importbestimmungen, Zollverfahren und Umsatzsteuersätze ..... | 53 |
| 6.2 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte.....                   | 54 |
| 6.3 Kennzeichnungsvorschriften .....                              | 54 |
| 7. Rahmenbedingungen zum Import in Serbien .....                  | 56 |
| 7.1 Importbestimmungen, Zollverfahren und Umsatzsteuersätze ..... | 56 |
| 7.2 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte.....                   | 58 |
| 7.3 Kennzeichnungsvorschriften .....                              | 58 |
| 8. SWOT-Analyse .....   | 59 |
| 8.1 Kroatien .....  | 59 |
| 8.2 Serbien.....  | 60 |
| 9. Adressmaterial Kroatien.....                                   | 61 |
| 9.1 Staatliche Behörden/Institutionen/Verbände .....              | 61 |
| 9.2 Lebensmitteleinzelhandel .....                                | 65 |
| 9.3 Importeure/Hersteller .....                                   | 70 |
| 9.4 Fachmessen .....  | 74 |
| 10. Adressmaterial Serbien .....                                  | 76 |
| 10.1 Staatliche Behörden/Institutionen/Verbände .....             | 76 |
| 10.2 Lebensmitteleinzelhandel .....                               | 79 |
| 10.3 Hersteller/Importeure .....                                  | 85 |
| 10.4 Fachmessen .....   | 89 |

## Tabellenverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Tabelle 1: Übersicht Lebensmittelpreise in Kroatien .....     | 31 |
| Tabelle 2: Prozentuale Marktanteile von Supermarkttypen ..... | 34 |
| Tabelle 3: Marktanteile der Handelsketten in Kroatien .....   | 34 |
| Tabelle 4: Übersicht Lebensmittelpreise in Serbien .....      | 48 |
| Tabelle 5: Übersicht Lebensmitteleinzelhandel in Serbien..... | 50 |

## Abbildungsverzeichnis

|   |    |
|---|----|
| Abbildung 1: Übersichtskarte von Kroatien .....   | 9  |
| Abbildung 2: Größte kroatische Handelspartner (2022).....   | 13 |
| Abbildung 3: Übersichtskarte von Serbien.....   | 15 |
| Abbildung 4: Hauptabnehmerländer 2023 .....   | 17 |
| Abbildung 5: Hauptlieferländer 2023.....  | 18 |
| Abbildung 6: Fleischim- und -exporte Kroatiens (2022, in Mio. USD) .....                          | 23 |
| Abbildung 7: Getreideim- und -exporte Kroatiens 2022 (in Mio. USD).....                           | 24 |
| Abbildung 8: Im- und Exporte von Kartoffeln, Äpfeln und Birnen Kroatiens (2022, in Mio. USD)..... | 26 |
| Abbildung 9: Erzeugerpreisindex Kroatien (2014 – 2023) .....                                      | 32 |
| Abbildung 10: Entwicklung Erzeugerpreise Kroatiens vs. EU-Durchschnitt (2024).....                | 32 |
| Abbildung 11: Fleischim- und -exporte Serbiens (2022, in Mio. USD).....                           | 39 |
| Abbildung 12: Getreideim- und -exporte Serbiens (2022, in Mio. USD).....                          | 41 |
| Abbildung 13: Obstim- und -exporte Serbiens (2022) .....  | 43 |

## Abkürzungsverzeichnis

|                 |  |
|-----------------|--|
| °C              | Grad Celsius   |
| %               | Prozent  |
| BIP             | Bruttoinlandsprodukt   |
| ca.             | circa  |
| CEFTA           | Central European Free Trade Agreement (Mitteleuropäisches Freihandelsabkommen) |
| CPI             | Corruption Perceptions Index (Korruptionswahrnehmungsindex)                    |
| EU              | Europäische Union  |
| EUR             | Euro   |
| g               | Gramm  |
| ggf.            | gegebenenfalls   |
| ha              | Hektar   |
| HDI             | Human Development Index (Index der menschlichen Entwicklung)                   |
| IWF             | Internationaler Währungsfonds  |
| HDZ             | Hrvatska demokratska zajednica (Kroatische Demokratische Union)                |
| kg              | Kilogramm  |
| km              | Kilometer  |
| km <sup>2</sup> | Quadratkilometer   |
| l               | Liter  |
| Mio.            | Millionen  |
| Mrd.            | Milliarden   |
| MY              | Marketing year (Marketingjahr)   |
| NATO            | North Atlantic Treaty Organization (Nordatlantikpakt)                          |
| OSZE            | Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa                       |
| RSD             | serbischer Dinar   |
| t               | Tonne  |
| u. a.           | unter anderem  |
| UN              | United Nations (Vereinte Nationen)   |
| USD             | US-Dollar  |
| v. a.           | vor allem  |
| wiiw            | Wiener Institut für internationale Wirtschaftsvergleiche                       |
| z. B.           | zum Beispiel   |

## 1. Executive Summary

Der Lebensmittelmarkt in Kroatien und Serbien zeigt ein deutliches Wachstumspotenzial, getrieben von einer zunehmenden Diversifizierung und einer steigenden Nachfrage nach hochwertigen und regionalen Produkten. In Kroatien erzielt der Lebensmittelmarkt ein jährliches Wachstum von 4,6 %. Der Markt ist stark von der Tourismusindustrie beeinflusst und zeigt eine hohe Nachfrage nach Fleisch, Milchprodukten und verarbeiteten Lebensmitteln. Besonders die ökologische Produktion nimmt zu, und internationale Unternehmen wie Lactalis und Coca-Cola beziehen hier lokale Rohstoffe.

In Serbien generierte der Lebensmittelmarkt ein jährliches Wachstum von 6,1 %. Serbien ist der größte Agrarmarkt auf dem Westbalkan und ein führender Produzent von gentechnikfreiem Mais und Himbeeren. Die Fleisch- und Milchprodukteindustrie spielt eine zentrale Rolle, wobei der Fleischsektor das größte Marktsegment darstellt. Der Markt ist geprägt von einer starken Exportorientierung und einem wachsenden Anteil an ökologischen Lebensmitteln, die hauptsächlich in EU-Länder exportiert werden.

Beide Märkte stehen jedoch vor Herausforderungen durch steigende Lebenshaltungskosten und Preisinflation, die das Kaufverhalten der Konsumenten beeinflussen. Gleichzeitig gewinnen internationale Supermarktketten und Discounter an Bedeutung, während traditionelle Handelsformen an Einfluss verlieren. Trotz dieser Herausforderungen bleibt der Lebensmittelmarkt in Kroatien und Serbien dank seiner starken Exportleistung und Anpassungsfähigkeit ein wichtiger Wirtschaftszweig mit positivem Wachstumspotenzial.

## **2. Einleitung**

Diese Marktstudie über den kroatischen und serbischen Lebensmittelmarkt wurde im Oktober 2024 von enviacon international im Auftrag der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) erstellt. Ihr Ziel ist es, deutschen Unternehmen einen umfassenden Überblick über die Marktstrukturen, die Eigenschaften sowie die Potenziale und Chancen für einen Markteinstieg in Kroatien und Serbien zu bieten.

Nach einem allgemeinen wirtschaftlichen Überblick, der das politische System, die sozioökonomische Lage und die Außenhandelspolitik der beiden Länder behandelt, wird im weiteren Verlauf der Marktstudie der Lebensmittelmarkt detailliert analysiert. Dabei werden sowohl die Eigenproduktion als auch der Import und der Export sowie bedeutende Verbrauchertrends in Kroatien und Serbien beleuchtet. Besonderes Augenmerk wird auf Distributionswege sowie wichtige Markttrends und -einflüsse wie Diversifizierung, Inflation und Internationalisierung gelegt.

Die nachfolgenden Kapitel bieten wesentliche Informationen zum Importprozess, einschließlich Kennzeichnungsvorschriften, relevanter Behörden sowie Zollverfahren und -sätze. Darüber hinaus liefert die Marktstudie eine Bestandsaufnahme der Chancen und Risiken für deutsche Importeure.

Abschließend enthält die Marktstudie Informationen zu den wichtigsten Messen sowie eine umfangreiche Liste relevanter Verbände, Institutionen und Unternehmen, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportaktivitäten zu unterstützen.

### 3. Gesamtwirtschaftlicher Überblick

#### 3.1 Länderkurzinformation zu Kroatien

Kroatien, offiziell die Republik Kroatien, liegt in Südosteuropa und gehört zu den Ländern des Balkans. Kroatien ist seit dem 1. Juli 2013 Mitglied der Europäischen Union (EU) und trat am 1. Januar 2023 auch der Eurozone bei, womit der Euro die offizielle Währung wurde. Zudem ist Kroatien seit dem Jahr 2009 Mitglied der North Atlantic Treaty Organization (NATO).<sup>1</sup>

Mit einer Landesfläche von 56.549 km<sup>2</sup> ist Kroatiens Größe vergleichbar mit den Niederlanden, Dänemark oder der Schweiz. Darüber hinaus verfügt es über ein Seeterritorium von 31.479 km<sup>2</sup>. Es grenzt im Westen an Slowenien (600 km), im Norden an Ungarn (348 km), im Osten an Serbien (314 km), im Süden an Bosnien und Herzegowina (956 km) sowie Montenegro (19 km). Zudem besitzt Kroatien eine lange Küste an der Adria mit 1.777 km und etwa 1.200 Inseln, die im Südwesten des Landes liegen. Dadurch gliedert sich das Land in einen nordöstlichen Bereich, der ins Festland reicht, und einen ausgedehnten Küstenstreifen im Südwesten.<sup>2</sup>



Abbildung 1: Übersichtskarte von Kroatien

Quelle: Das Portal zur Europäischen Union (2024)

Das Klima Kroatiens wird als gemäßigt warmes und regnerisches Kontinentalklima klassifiziert und ist durch seine mediterrane Lage geprägt, wobei die durchschnittliche Temperatur zwischen -3 °C im Januar und 18 °C im Juli liegt.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Europäische Union (2024): Kroatien – EU-Mitgliedsländerprofil: <https://european-union.europa.eu>, zuletzt aufgerufen am 01.10.2024

<sup>2</sup> Central Intelligence Agency (2024): The World Factbook: Croatia: <https://www.cia.gov>, zuletzt aufgerufen am 01.10.2024

<sup>3</sup> Croatian Meteorological and Hydrological Service (2021): Data and Observations: <https://meteo.hr>, zuletzt aufgerufen am 01.10.2024

Die Bevölkerung Kroatiens beträgt etwa 3,9 Mio. Menschen. Die größten Städte sind die Hauptstadt Zagreb (etwa 664.000 Einwohner), Split (150.000), Rijeka (108.000) und Osijek (76.000). Kroatien hat eine Bevölkerungsdichte von 69,3 Einwohnern pro km<sup>2</sup>, wodurch es zu den weniger dicht besiedelten Ländern Europas zählt. Dies liegt vor allem am demografischen Wandel und der Abwanderung vieler Menschen in größere Städte oder ins Ausland. Die Verteilung der Bevölkerung ist ungleichmäßig: Rund zwei Drittel der Einwohner leben auf nur einem Drittel der Landesfläche. Die größte Bevölkerungsdichte findet sich in der Hauptstadt Zagreb, wo etwa 20 % der Bevölkerung konzentriert sind. Abgesehen von den Küstenregionen sind große Teile des Landes, insbesondere die Inseln entlang der Adria, dünn besiedelt.<sup>4</sup> Die Geburtenrate in Kroatien liegt bei 8,3 Geburten pro 1.000 Einwohner, was der Geburtenrate in Deutschland ähnelt.<sup>5</sup> Aufgrund geringer Zuwanderung verzeichnet Kroatien ein negatives Bevölkerungswachstum von -0,72 %. Die Lebenserwartung liegt bei 79 Jahren, was zu einem proportional kleineren Anteil der älteren Bevölkerung im Vergleich zu Deutschland führt. Das Durchschnittsalter der Bevölkerung beträgt ungefähr 45 Jahre.<sup>6</sup>

Kroatien ist administrativ in 20 sogenannte Gespanschaften unterteilt, die wiederum in Gemeinden und teilweise in Städte gegliedert sind. Insgesamt gibt es 127 Städte und 428 Gemeinden im Land. Hauptstadt und Regierungssitz ist Zagreb.

Die offiziellen Sprachen Kroatiens sind Kroatisch und Serbisch, wobei mehr als 95 % der Bevölkerung Kroatisch sprechen. Besonders die jüngeren Generationen beherrschen zunehmend auch Englisch. Durch den expandierenden Tourismussektor und die stärkere Ausrichtung des Schulunterrichts auf die EU-Mitgliedschaft werden in den städtischen Gebieten zudem Deutsch und Italienisch häufiger gesprochen. Etwa 30 % der kroatischen Schüler lernen Deutsch als zweite Fremdsprache.<sup>7</sup> Die Korruptionsrate sowie die Transparenz in Politik und Verwaltung befinden sich im internationalen Vergleich auf einem durchschnittlichen Niveau.<sup>8</sup>

Seit dem Jahr 2000 ist Kroatien eine zentralistisch geführte parlamentarische Republik, in der die Regierungsgewalt – ähnlich wie im deutschen System – auf Legislative, Exekutive und Judikative verteilt ist. Das politische Zentrum des Landes bildet die Hauptstadt Zagreb, mit einem Premierminister als Regierungschef und einem Präsidenten als Staatsoberhaupt. Das Parlament (Sabor) besteht aus einer Kammer und wird alle vier Jahre gewählt. Die wichtigsten Parteien sind die Kroatische Demokratische Union (HDZ) und die

---

<sup>4</sup> Lexikografisches Institut Miroslav Krleža (2024): Geografie und Bevölkerung: Bevölkerung – Verteilung und Zusammensetzung: <https://croatia.eu>, zuletzt aufgerufen am 01.10.2024

<sup>5</sup> Eurostat (2024): Population change - Demographic balance and crude rates at national level: <https://ec.europa.eu>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>6</sup> United Nations Department of Economic and Social Affairs (2024): World Population Prospects 2024: <https://population.un>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>7</sup> Auswärtiges Amt (2024): Deutschland und Kroatien: Bilaterale Beziehungen: <https://www.auswaertiges-amt.de>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>8</sup> Auswärtiges Amt (2021): Kroatien: Steckbrief: [www.auswaertiges-amt.de](http://www.auswaertiges-amt.de), zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

Sozialdemokratische Partei. Zoran Milanović ist seit dem Jahr 2020 Präsident und somit Staatsoberhaupt, während Andrej Plenković (HDZ) im Jahr 2024 zum dritten Mal in Folge Premierminister wurde. Kroatien ist unter anderem Mitglied der EU, der United Nations (UN), der NATO, der Weltbank, der Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE), des Internationalen Währungsfonds (IWF) und der Welthandelsorganisation.

### *3.1.1 Wirtschaftslage*

Trotz seiner relativ kleinen Bevölkerung von 3,9 Mio. ist Kroatien mit einem Bruttoinlandsprodukt (BIP) von 75,9 Mrd. EUR im Jahr 2023 die größte Volkswirtschaft unter den Nachfolgestaaten Jugoslawiens und gehört somit zu den wirtschaftlich stärksten und politisch bedeutendsten Ländern in Südosteuropa. Im Jahr 2023 lag das BIP pro Kopf bei 19.847 EUR, was unter dem EU-Durchschnitt von 37.600 EUR liegt. Kroatien trägt 0,4 % zum gesamten BIP der EU bei.<sup>9</sup>

Kroatien profitiert vor allem von seiner zentralen Lage als Knotenpunkt zwischen West- und Mitteleuropa sowie dem westlichen Balkan. Diese geografische Position ermöglicht nicht nur den Zugang zum kroatischen Markt, sondern erleichtert auch die Erschließung der umliegenden regionalen Märkte. Hinzu kommt eine gut ausgebaute Infrastruktur, die den Wirtschaftsverkehr unterstützt. Seit dem EU-Beitritt im Jahr 2013 ist Kroatien Teil des europäischen Binnenmarkts, was den Handel durch den Wegfall von Zöllen und Handelsbarrieren vereinfacht. Zusätzlich profitiert das Land von umfangreichen Fördergeldern aus den EU-Struktur- und Kohäsionsfonds.

Trotz eines Rückgangs der kroatischen Wirtschaftsleistung um 8,1 % infolge der COVID-19-Pandemie erlebte die kroatische Volkswirtschaft im Jahr 2021 eine Erholung mit einem BIP-Wachstum von 10,4 %.

Von überragender Bedeutung für die kroatische Wirtschaft ist der Dienstleistungssektor, der im Jahr 2023 etwa 62,2 % des BIP ausmachte. Dahinter kommt der Industriesektor mit 18,8 % und der Landwirtschaftssektor mit 3 %.<sup>10</sup> Innerhalb des Dienstleistungssektors ist der Tourismus besonders hervorzuheben, da er fast ein Viertel zum BIP beiträgt.

Die kroatische Wirtschaft zeigt im Jahr 2024 eine positive Entwicklung, da das BIP im ersten Quartal real um 3,9 % im Vergleich zum Vorjahr 2023 gewachsen ist. Damit liegt Kroatien, nach Malta, an der Spitze der EU-Staaten und über dem EU-Durchschnitt von 0,1 %. Für das Gesamtjahr prognostiziert die Europäische Kommission ein Wachstum von 3,3 %, gefolgt von 2,9 % im Jahr 2025. Wichtige Treiber dieses Wachstums sind der starke

---

<sup>9</sup> Europäische Union (2024): Kroatien – EU-Mitgliedsländerprofil: <https://european-union.europa.eu>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>10</sup> World Bank (2024): World Development Indicators: <https://databank.worldbank.org>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

private Konsum, der im ersten Quartal 2024 um 6 % zunahm, sowie ein Anstieg der Bruttoanlageinvestitionen um 10,8 %. Auch der Tourismus spielt eine entscheidende Rolle, da die Zahl der Touristen in den ersten vier Monaten des Jahres 2024 um 4,7 % gestiegen ist.<sup>11</sup>

Trotz dieser positiven Entwicklungen sieht sich Kroatien jedoch mit einem Mangel an qualifizierten Arbeitskräften konfrontiert, was seit dem EU-Beitritt im Jahr 2013 verstärkt zu beobachten ist. In dieser Zeit haben viele Fachkräfte das Land verlassen und sind in EU-Länder mit deutlich höheren Löhnen gewechselt. Dieser Engpass hat im Jahr 2023 zu einem bemerkenswerten Anstieg der Löhne um 14,5 % geführt, was im Euroraum einen Rekordwert darstellt. Infolgedessen liegt die Beschäftigungsquote in Kroatien mit nur 65,3 % vergleichsweise niedrig und befindet sich 5 % unter dem EU-Durchschnitt. Zusätzlich zeigt die industrielle Produktion eine rückläufige Tendenz. Nach einem Rückgang von 0,3 % im Vorjahr 2023 sank sie in den ersten vier Monaten des Jahres 2024 um weitere 2,2 %, wobei der Maschinenbau einen signifikanten Rückgang von 19,6 % verzeichnete. Die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung Kroatiens hängt stark von der Nachfrage in den Hauptmärkten der EU ab, was die Notwendigkeit für strukturelle Anpassungen unterstreicht.<sup>12</sup>

### *3.1.2 Außenhandel und Investitionsklima*

Kroatiens Außenhandel zeigt eine enge wirtschaftliche Verflechtung mit den Nachbarländern und den größten europäischen Volkswirtschaften. Dabei weist die kroatische Wirtschaft im Jahr 2023 ein Handelsdefizit von etwa 18,3 Mrd. USD auf, was in etwa 22% des BIP entspricht.<sup>13</sup> In Abbildung 2 sind die größten Handelspartner Kroatiens aufgeführt. Diese Daten verdeutlichen, dass Kroatien stark in den Handel mit den Ländern seiner unmittelbaren Nachbarschaft und den größten Volkswirtschaften der EU integriert ist. Italien und Deutschland spielen dabei die führende Rolle.<sup>14</sup>

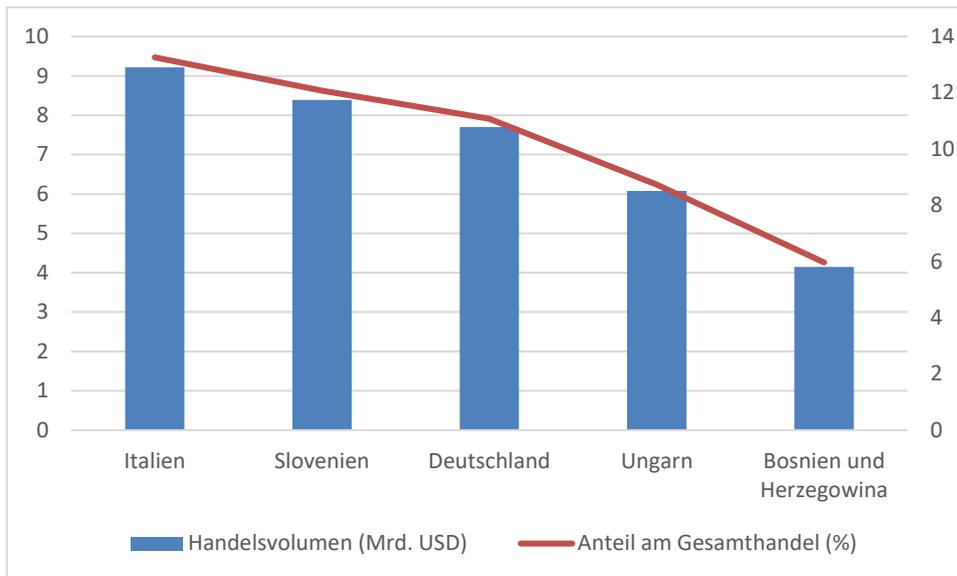
---

<sup>11</sup> GTAI (2024): Konsum beflügelt Konjunktur in Kroatien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>12</sup> Ebenda.

<sup>13</sup> Statista (2024): Croatia: Trade balance of goods from 2013 to 2023: <https://www.statista.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>14</sup> World Bank (2024): World Integrated Trade Solution: Croatia Trade: <https://wits.worldbank.org>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024



**Abbildung 2: Größte kroatische Handelspartner (2022)**

Quelle: World Bank (2024)

Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und Kroatien zeichnen sich durch kontinuierliches Wachstum aus. Der bilaterale Warenhandel entwickelt sich stabil und positiv. Die deutschen Exporte nach Kroatien stiegen im Jahr 2022 um 28,4 % auf 5,1 Mrd. EUR und im Jahr 2023 um 7,2 % auf 5,5 Mrd. EUR. Gleichzeitig stiegen die deutschen Importe aus Kroatien im Jahr 2022 um 23,4 % auf 2,4 Mrd. EUR und nahmen im Jahr 2023 moderat um 2,0 % auf 2,5 Mrd. EUR zu. Der Handelsbilanzsaldo zugunsten Deutschlands erhöhte sich von 2,0 Mrd. EUR im Jahr 2021 auf geschätzte 3,0 Mrd. EUR im Jahr 2023.<sup>15</sup>

Deutschland zählt zu den bedeutendsten ausländischen Direktinvestoren in Kroatien und belegt nach den Niederlanden und Österreich den dritten Platz. Kumuliert haben deutsche Unternehmen von 1993 bis 2023 insgesamt etwa 4,9 Mrd. EUR in Kroatien investiert, was die anhaltende Attraktivität des Landes für deutsche Investitionen unterstreicht.<sup>16</sup> Ein weiterer wichtiger Faktor der deutsch-kroatischen Wirtschaftsbeziehungen ist der Tourismus: Deutsche Urlauber bilden die größte Gruppe ausländischer Touristen in Kroatien. Im Jahr 2023 war Deutschland mit fast 3 Mio. Besuchern erneut die führende Nation unter den internationalen Reisenden.<sup>17</sup>

### 3.1.3 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung

Im Jahr 2023 verzeichnete Kroatien einen Gini-Index von 29,7, nahe am EU-Durchschnitt von 30. Dies deutet auf eine stabile und relativ gerechte Einkommensverteilung

<sup>15</sup> GTAI (2024): Wirtschaftsdaten Kompakt: Kroatien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>16</sup> Kroatische Nationalbank (Hrvatska narodna banka) (2024): Statistik - Ausländische Direktinvestitionen: <https://www.hnb.hr>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>17</sup> Auswärtiges Amt (2024): Deutschland und Kroatien: Bilaterale Beziehungen: <https://www.auswaertiges-amt.de>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

hin, die den Bürgern eine angemessene Teilhabe am Wohlstand ermöglicht.<sup>18</sup> Der Human Development Index (HDI) Kroatiens hat sich seit den 1990er-Jahren erheblich verbessert. Von einem Land mittlerer Entwicklung hat sich Kroatien zu einem Land mit sehr hoher menschlicher Entwicklung gewandelt. Dies bedeutet, dass Kroatien im globalen Vergleich mittlerweile eine sehr gute Lebensqualität für seine Bevölkerung bietet, gemessen an Schlüsselindikatoren wie Lebenserwartung, Bildungs- sowie Einkommensniveau. Mit einem HDI-Wert von 0,878 nimmt Kroatien den 39. Platz weltweit ein. Dieser Wert spiegelt die Fortschritte in den Bereichen Lebenserwartung, Bildungsniveau und Pro-Kopf-Einkommen wider und zeigt die verbesserte Lebensqualität der Bevölkerung.<sup>19</sup>

Kroatien erreichte im Corruption Perceptions Index (CPI) im Jahr 2023 einen Wert von 50 und belegte damit Platz 57 von 180 Ländern. Damit gilt Kroatien im internationalen Vergleich als ein Land mit moderater wahrgenommener Korruption.<sup>20</sup> Zum Vergleich: Deutschland liegt hier auf Platz 9. Ein weiterer Index, der oft aufgeführt wird, um ein Bild von Wohlstand und Lebensqualität eines Landes zu erstellen, ist der Legatum Prosperity Index. Dieser Index berücksichtigt neun verschiedene Bereiche, um ein umfassendes Bild von Wohlstand und Lebensqualität zu vermitteln. Im Jahr 2023 belegte Kroatien den 41. Platz unter den 167 Territorien, die im Index gelistet werden.<sup>21</sup>

### **3.2 Länderkurzinformation zu Serbien**

Serbien, offiziell die Republik Serbien, liegt in Südosteuropa auf der Balkanhalbinsel. Serbien war früher Teil Jugoslawiens und erlangte im Jahr 2006 nach der Trennung von Montenegro seine Unabhängigkeit. Mit einer wachsenden Wirtschaft, der geografischen Lage im Zentrum des Balkans, sowie seiner Rolle als Bindeglied zwischen der EU, Russland und China, ist Serbien ein wichtiger Akteur in Südosteuropa. Serbien strebt seit dem Jahr 2012 die Mitgliedschaft in der EU an, ist jedoch noch kein EU-Mitglied. Es ist Teil der Partnerschaft für den Frieden der NATO, aber kein offizielles NATO-Mitglied.

Serbien erstreckt sich über eine Fläche von 77.474 km<sup>2</sup> und teilt seine Grenzen mit insgesamt acht Nachbarstaaten: im Westen mit Bosnien und Herzegowina (345 km) und Kroatien (314 km), im Süden mit Montenegro (157 km), Nordmazedonien (101 km) und dem Kosovo (366 km), im Osten mit Bulgarien (344 km) und Rumänien (531 km) sowie im Norden mit Ungarn (164 km). Diese zentrale Lage verleiht Serbien eine Schlüsselrolle in den Handels- und Verkehrsverbindungen zwischen Mitteleuropa und dem Mittelmeerraum.<sup>22</sup>

---

<sup>18</sup> Statista (2024): Kroatien: Entwicklung der Einkommensungleichheit auf Basis des Gini-Index im Zeitraum 2013 bis 2023: <https://de.statista.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>19</sup> Statista (2024): Human development index score of Croatia from 1995 to 2021: <https://www.statista.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>20</sup> GTAI (2024): Wirtschaftsdaten Kompakt: Kroatien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>21</sup> Legatum Institute (2023): The Legatum Prosperity Index: <https://www.prosperity.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>22</sup> The World Factbook (2024): Serbia: <https://www.cia.gov>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024



Abbildung 3: Übersichtskarte von Serbien

Quelle: Kulturgutschutz Deutschland (2022)

Das Klima Serbiens ist überwiegend kontinental geprägt, insbesondere im Norden des Landes. Dort herrschen kalte, trockene Winter und heiße, feuchte Sommer mit gleichmäßig verteiltem Niederschlag über das Jahr hinweg. In den südlicheren Regionen des Landes tritt neben dem kontinentalen auch ein mediterranes Klima auf. Dort sind die Winter relativ kalt und von starkem Schneefall geprägt, während die Sommer und Herbste heiß und trocken ausfallen.<sup>23</sup>

Die Bevölkerung Serbiens beträgt etwa 6,6 Mio. Menschen. Die Hauptstadt Belgrad ist mit etwa 1,3 Mio. Einwohnern die größte Stadt des Landes, gefolgt von Novi Sad (371.000 Einwohner), Niš (249.000) und Kragujevac (171.000).<sup>24</sup> Serbien weist mit etwa 93 Einwohnern pro km<sup>2</sup> eine relativ geringe Bevölkerungsdichte auf und gehört damit zu den weniger dicht besiedelten Ländern Europas. Die Bevölkerung ist größtenteils gleichmäßig über das Land verteilt, jedoch ziehen städtische Gebiete mehr Menschen an und sind daher deutlich dichter besiedelt. Die Geburtenrate in Serbien liegt bei 8,8 Geburten pro 1.000 Einwohner, was der Geburtenrate in Deutschland ähnelt.<sup>25</sup> Aufgrund geringer Zuwanderung verzeichnet Serbien ein negatives Bevölkerungswachstum von -0,61 %. Die Lebenserwartung liegt bei etwa 75 Jahren, was zu einem proportional kleineren Anteil der

<sup>23</sup> Deutscher Wetterdienst (2024): Klimadiagramm von Belgrad/Serbien: <https://www.dwd.de>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024; The World Factbook (2024): Serbia: <https://www.cia.gov>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>24</sup> Statistical Office of the Republic of Serbia (2024): <https://data.stat.gov.rs>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>25</sup> Eurostat (2024): Population change – Demographic balance and crude rates at national level: <https://ec.europa.eu>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

älteren Bevölkerung im Vergleich zu Deutschland führt. Das Durchschnittsalter der Bevölkerung beträgt ungefähr 44 Jahre.<sup>26</sup>

Die offizielle Sprache Serbiens ist Serbisch, wobei etwa 3,4 % der Bevölkerung Ungarisch und 2 % Bosnisch sprechen. Deutsch ist als zweitbeliebteste Fremdsprache nach Englisch fest etabliert und wird von nahezu der Hälfte der Schülerinnen und Schüler gelernt.<sup>27</sup>

Die Verwaltungsstruktur Serbiens umfasst zwei autonome Provinzen: Vojvodina sowie Kosovo und Metochien. Der Rest des Landes wird als Zentralserbien oder engeres Serbien bezeichnet. Am 17. Februar 2008 erklärte sich die Provinz Kosovo und Metochien für unabhängig, jedoch erkennt Serbien diese Unabhängigkeit nicht an. Trotzdem wird die Republik Kosovo von 115 der 193 Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen als eigenständiger Staat anerkannt. Serbien gliedert sich in 30 Bezirke, wovon sich 18 in Zentralserbien, sieben in der Vojvodina und acht im Kosovo befinden.<sup>28</sup>

Seit dem Jahr 2006 ist Serbien eine parlamentarische Republik, in der die Regierungsgewalt – ähnlich wie im deutschen System – auf Legislative, Exekutive und Judikative verteilt ist. Das politische Zentrum des Landes bildet die Hauptstadt Belgrad, mit einem Premierminister als Regierungschef und einem Präsidenten als Staatsoberhaupt. Das Parlament (Narodna Skupština) besteht aus einer Kammer und wird alle vier Jahre gewählt. Das Amt des Premierministers trat im Mai 2024 Miloš Vučević an, der vorher Verteidigungsminister war und, ebenso wie der Staatspräsident Aleksandar Vučić, der Serbischen Fortschrittspartei (SNS) angehört. Der aktuelle Staatspräsident Aleksandar Vučić, eigentlich in repräsentativer Funktion, verfügt über eine sehr starke Stellung gegenüber Parlament und Regierung und hat de facto ein Präsidialsystem geschaffen.<sup>29</sup> Serbien ist unter anderem Mitglied der UN, der Weltbank, der OSZE und des IWF.

### 3.2.1 Wirtschaftslage

Mit einem BIP von etwa 68,1 Mrd. EUR im Jahr 2023 ist Serbien eine der führenden Volkswirtschaften unter den Nachfolgestaaten Jugoslawiens. Serbien nimmt eine zentrale Rolle in Südosteuropa ein, sowohl wirtschaftlich als auch politisch. Im Jahr 2023 lag das BIP pro Kopf bei 10.471 EUR, was deutlich unter dem EU-Durchschnitt von 37.600 EUR liegt.<sup>30</sup> Dabei trägt der Dienstleistungssektor am meisten zum BIP bei. Im Jahr 2023 waren es 51,2 %, dahinter kommt der Industriesektor mit 26,4 % und der Landwirtschaftssektor mit 5,2 %.<sup>31</sup> Die serbische Währung, der serbische Dinar (RSD), spielt eine zentrale Rolle in der

<sup>26</sup> The World Factbook (2024): Serbia: <https://www.cia.gov>; zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>27</sup> Auswärtiges Amt (2024): Deutschland und Serbien: Bilaterale Beziehungen: <https://www.auswaertiges-amt.de>; zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>28</sup> Institut für Ostrecht (2024): Serbien: <https://www.ostrecht.de>; zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>29</sup> Auswärtiges Amt (2024): Serbien: Politisches Porträt: <https://www.auswaertiges-amt.de>; zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>30</sup> The World Factbook (2024): Serbia: <https://www.cia.gov>; zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>31</sup> World Bank (2024): World Development Indicators: <https://databank.worldbank.org>; zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

Stabilisierung der Wirtschaft des Landes. Dank einer soliden Geldpolitik der Nationalbank von Serbien bleibt der Dinar gegenüber dem Euro relativ stabil. Diese Stabilität fördert das Vertrauen in die serbische Wirtschaft.<sup>32</sup>

Serbiens Wirtschaft zeigt im Jahr 2024 eine deutliche Erholung, trotz der globalen Herausforderungen. Laut dem Wiener Institut für internationale Wirtschaftsvergleiche (wiiw) wird das BIP real um etwa 3 % zulegen, laut dem IWF und der serbischen Nationalbank um 3,5 %. Nach schwächeren Wachstumsraten von etwa 2,5 % in den Jahren 2023 und 2024 deutet die Prognose für das Jahr 2025 auf einen weiteren Anstieg hin. Das wiiw rechnet mit einem Wachstum von 3,3 %, die Nationalbank mit 4,5 %. Wachstumstreiber sind Auslandsinvestitionen, eine erstarkende Industrie, eine stabile Exportwirtschaft und Großprojekte wie die Weltausstellung Expo 2027 in Belgrad. Ein Risiko bleibt die schwache Konjunktur in der EU, die etwa 70 % der serbischen Exporte aufnimmt. Auch der private Konsum könnte sich im Jahr 2024 beleben, da die Inflation nach einem Höchststand von über 12 % im Jahr 2023 wieder unter 5 % fallen dürfte.<sup>33</sup>

### 3.2.2 Außenhandel und Investitionsklima

Serbiens Außenhandel ist stark mit den Nachbarländern sowie den führenden Volkswirtschaften Europas und Asiens vernetzt. Im Jahr 2022 verzeichnete die serbische Wirtschaft ein Handelsdefizit von rund 7 Mrd. USD, was etwa 11 % des BIP ausmachte. Im Jahr 2023 exportierte Serbien Waren im Wert von 30,9 Mrd. USD. Zu den wichtigsten Abnehmerländern gehörten Deutschland (15,1 %), Bosnien und Herzegowina (6,9 %), Italien (6,2 %), Ungarn (5,5 %) und Rumänien (5,0 %).

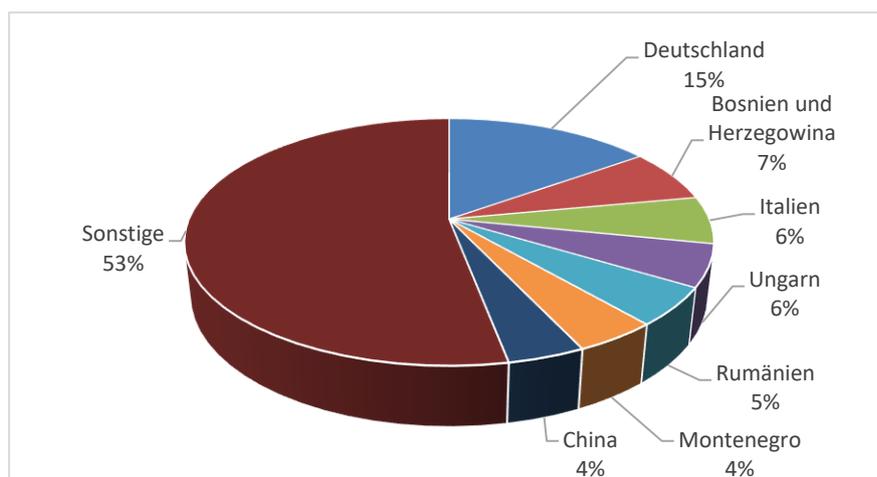


Abbildung 4: Hauptabnehmerländer 2023

Quelle: GTAI (2024)

<sup>32</sup> GTAI (2024): Wirtschaftsdaten Kompakt Serbien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>33</sup> GTAI (2024): Wirtschaftsausblick | Serbien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

Gleichzeitig importierte Serbien Waren im Wert von 39,8 Mrd. USD, wobei die Hauptlieferländer Deutschland (13,1 %), China (12,3 %), Italien (7,3 %), die Türkei (4,7 %) und Russland (4,3 %) waren.<sup>34</sup>

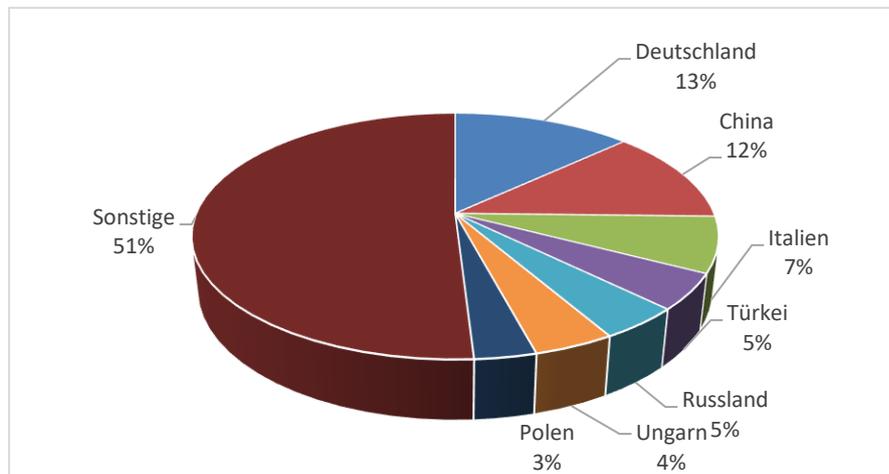


Abbildung 5: Hauptlieferländer 2023

Quelle: GTAI (2024)

Serbien bleibt trotz geopolitischer Spannungen ein attraktives Ziel für Investoren. Die prorussische Ausrichtung und der Konflikt mit dem Kosovo könnten potenzielle Interessenten zwar abschrecken, doch wirtschaftlich zeigen sich bisher keine negativen Auswirkungen. Im Jahr 2023 flossen laut serbischer Zentralbank 4,5 Mrd. EUR an Direktinvestitionen ins Land. Auch die deutsche Bundesregierung hat ihre Investitions Garantien für Serbien verbessert, was das Land für deutsche Unternehmen weiterhin interessant macht.<sup>35</sup>

Deutschland und China konkurrieren um die Spitzenposition als Serbiens wichtigste Handelspartner. Im Jahr 2023 verzeichneten die Importe aus Serbien nach Deutschland ein Wachstum von über 10 % im Vergleich zum Vorjahr 2022. Dieser positive Trend setzte sich in den ersten Monaten des Jahres 2024 fort, mit einem erneuten Anstieg der Einfuhren um rund 12 %. Gleichzeitig investiert China zunehmend in Serbien.<sup>36</sup>

### 3.2.3 Teilhabe an der Wohlstandsentwicklung

Im Jahr 2021 verzeichnete Serbien einen Gini-Index von 33,1, was auf eine relativ gleichmäßige Einkommensverteilung hindeutet. Dieser Wert liegt nahe am EU-Durchschnitt und zeigt eine moderate Einkommensgleichheit im Land.<sup>37</sup>

<sup>34</sup> GTAI (2024): Wirtschaftsdaten Kompakt Serbien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>35</sup> GTAI (2024): Wirtschaftsausblick | Serbien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>36</sup> Ebenda.

<sup>37</sup> World Bank (2024): Gini index – Serbia: <https://data.worldbank.org>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

Im Jahr 2021 erzielte Serbien einen HDI von 0,802 und rangierte damit auf Platz 63 von 191 Ländern. Dieses Ergebnis weist auf eine fortgeschrittene menschliche Entwicklung hin, insbesondere durch Verbesserungen in den Bereichen Lebenserwartung, Bildung und Pro-Kopf-Einkommen. Der Anstieg des HDI verdeutlicht Serbiens konsequente Anstrengungen, die sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für seine Bürger zu optimieren und ihre Lebensqualität nachhaltig zu steigern.

Der CPI bewertet Serbien im Jahr 2023 mit einem Wert von 36, was dem Land Platz 104 von 180 Ländern einbrachte. Dies zeigt, dass Serbien weiterhin vor Herausforderungen im Bereich Korruption steht, insbesondere im Vergleich zu Ländern wie Deutschland, das auf Platz 9 liegt.<sup>38</sup> Zusätzlich belegte Serbien im Legatum Prosperity Index im Jahr 2023 den 52. Platz und zeigt damit Fortschritte in mehreren Bereichen, die die Lebensqualität und den Wohlstand betreffen.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Transparency International (2024): CPI 2023: Tabellarische Rangliste: <https://www.transparency.de>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>39</sup> Legatum Institute (2023): The Legatum Prosperity Index: <https://www.prosperity.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

## 4. Lebensmittel allgemein in Kroatien

### 4.1 Marktüberblick

Die Lebensmittelindustrie ist eine der wichtigsten Branchen in Kroatien und spielt eine zentrale Rolle für die Wirtschaft des Landes. Im Jahr 2022 beschäftigte die Lebensmittel- und Getränkeindustrie 58.728 Menschen in 3.482 Unternehmen. Die Backwarenindustrie beschäftigt hiervon im Jahr 2020 fast die Hälfte aller Angestellten im Lebensmittelbereich. Die durchschnittliche Bruttovergütung in der Lebensmittelproduktion betrug 1.294 EUR, in der Getränkeproduktion 1.806 EUR. Damit ist diese Sparte der größte Arbeitgeber im verarbeitenden Sektor Kroatiens.<sup>40</sup> Der kroatische Lebensmittelmarkt erzielt im Jahr 2024 einen Umsatz von 8,65 Mrd. EUR. Laut Prognose wird im Jahr 2029 ein Marktvolumen von 10,81 Mrd. EUR erreicht; dies entspricht einem jährlichen Umsatzwachstum von 4,56 %.<sup>41</sup>

Trotz einer relativ kleinen Bevölkerung von etwa 3,9 Mio. Menschen hat Kroatien einen diversifizierten Lebensmittelmarkt, der besonders durch den hohen Bedarf der Tourismusindustrie gestützt wird. Nach der Eurostat-Schätzung der Kaufkraftparitäten für das Jahr 2023 lag der tatsächliche individuelle Verbrauch des kroatischen Durchschnittsbürgers bei etwa 72,2 % des EU-Durchschnitts. Die sich daraus ergebende Pro-Kopf-Kaufkraft lag im Jahr 2022 bei rund 12.500 EUR, was eine solide Grundlage für den heimischen Konsum darstellt. Hiervon wurden 18 % für Nahrungsmittel verwendet.<sup>42</sup> Durch die steigende Preisinflation ist besonders der Lebensmittelmarkt in Kroatien betroffen, da die Inflation große Auswirkungen auf das Konsum- und Kaufverhalten der Bevölkerung hat.

Dank der guten Wasserqualität, des gemäßigten Klimas und des fruchtbaren Bodens eignet sich Kroatien hervorragend für die Produktion von Lebensmitteln und Getränken. Internationale Unternehmen wie Lactalis, Heineken und Coca-Cola beziehen hier Rohstoffe, während lokale Firmen wie Podravka und Kraš erfolgreich in die EU exportieren. Seit dem Ende der Kroatienkriege im Jahr 1995 hat sich der Sektor stark weiterentwickelt, obwohl die Landwirtschaft mit extremen Wetterbedingungen wie Dürre und Überschwemmungen kämpft. Die profitabelsten Bereiche konzentrieren sich auf die Milch- und Käseproduktion, die Bierherstellung sowie die Verarbeitung von Tee, Kaffee und Erfrischungsgetränken. Zu den wichtigsten Exportgütern gehören Lebensmittelzusatzstoffe, Kekse, Fischkonserven und Olivenöl. Zudem ist Kroatien ein bedeutender Hersteller ökologischer Lebensmittel, die hauptsächlich in die EU exportiert werden.<sup>43</sup>

---

<sup>40</sup> Statista (2024): Lebensmittel – Kroatien: <https://de.statista.com> zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>41</sup> Ebenda.

<sup>42</sup> Eurostat(2024): Actual individual consumption per capita in 2023: <https://ec.europa.eu>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>43</sup> Ministry of economy and Sustainable development (2020): Food Industry: <https://investcroatia.gov>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

Die Hauptexportziele des Industriezweigs sind vor allem europäische Länder, insbesondere Deutschland, Italien und die Nachbarländer Slowenien sowie Bosnien und Herzegowina. Kroatien steht dabei jedoch vor Herausforderungen wie dem zunehmenden internationalen Wettbewerb durch Importe, insbesondere aus der EU, sowie den hohen Kosten für Tierhaltung und die Einhaltung strenger Umweltauflagen.<sup>44</sup>

Im Jahr 2020 beliefen sich die Importe landwirtschaftlicher Produkte auf 4,2 Mrd. USD.<sup>45</sup> Gute Importchancen bestehen für Meeresfrüchte, Wein, Obst und Gemüse sowie Fertiggerichte. Der Markt für importierte Lebensmittel wird zunehmend von europäischen Anbietern dominiert und zeigt ein kontinuierliches Wachstum, wobei hochwertige Lebensmittel das größte Segment ausmachen. Besonders internationale Lebensmitteldiscounter expandieren auf dem kroatischen Markt und stillen somit den Bedarf nach günstigen Lebensmitteln und großen Einkaufsflächen.

#### *4.1.1 Fleisch*

Die Fleischproduktion in Kroatien lag im Jahr 2023 bei etwa 231.000 t und erwartet einen Anstieg auf rund 241.000 t bis zum Jahr 2028. Dabei wächst der Markt mit einer jährlichen Rate von 0,7 %. Auch der Fleischkonsum entwickelt sich kontinuierlich und soll bis zum Jahr 2028 rund 360.000 t erreichen, was ebenfalls auf eine stabile Nachfrage hindeutet.<sup>46</sup>

Im Jahr 2024 konsumieren 25 % der kroatischen Bevölkerung täglich Fleisch. Dies bedeutet einen Anstieg um fünf Prozentpunkte im Vergleich zu den Ergebnissen aus dem Jahr 2022. Außerdem konsumieren 64 % mehrmals pro Woche Fleisch, was einen leichten Rückgang im Vergleich zum Jahr 2022 bedeutet. Weitere 6 % essen mehrmals im Monat Fleisch, während 2 % selten Fleisch verzehren. Die restlichen 3 % der Bevölkerung ernähren sich vegetarisch oder vegan.<sup>47</sup>

In Kroatien zeigt der Fleischverbrauch Trends, die mit anderen europäischen Ländern vergleichbar sind. Im Jahr 2022 konsumierte die kroatische Bevölkerung etwa 510.000 t Fleisch, was einem Pro-Kopf-Verbrauch von etwa 75 kg entspricht. Dabei entfällt der größte Teil auf Schweinefleisch, das mit durchschnittlich etwa 39 kg pro Kopf die beliebteste Fleischsorte ist. An zweiter Stelle steht Geflügel mit rund 18 kg, gefolgt von Rindfleisch mit etwa 12 kg pro Kopf. Weitere Fleischsorten wie Lamm und Ziege tragen nur einen kleinen Anteil zum Gesamtverbrauch bei.<sup>48</sup>

---

<sup>44</sup> Ministry of economy and Sustainable development (2020): Food Industry: <https://investcroatia.gov>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>45</sup> Ebenda.

<sup>46</sup> ReportLinker (2023): Croatia Processed Meat Industry Outlook 2024 – 2028: [www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>47</sup> Thomas (2024): Survey Reveals Meat Consumption Trends Among Croats: [www.thedubrovniktimes.com](http://www.thedubrovniktimes.com), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>48</sup> Ebenda.

Im Jahr 2023 verzeichnete die Rinderhaltung in Kroatien einen Anstieg des Exports um 13,8 %, während der Import um 11,8 % stieg. Allerdings sank die Schweineproduktion um 13,3 % im Vergleich zum Vorjahr 2022, und auch die Anzahl der geschlachteten Schweine nahm um 2,1 % ab. Im Bereich der Schaf- und Ziegenhaltung gab es signifikante Rückgänge sowohl in der Produktion als auch in der Anzahl der Tiere.<sup>49</sup>

Hühnerfleisch ist die beliebteste Fleischsorte in Kroatien. Etwa 53 % der Bevölkerung bevorzugen Geflügel. Der Hauptgrund für die Beliebtheit liegt in seiner Erschwinglichkeit und Vielseitigkeit. Huhn wird oft in verschiedenen Gerichten, insbesondere im Alltag, verwendet. Es gilt als gesunde Option und wird zunehmend aufgrund von Gesundheits- und Umwelterwägungen bevorzugt. Rund 25 % der Kroaten essen täglich Fleisch, wobei Hühnerfleisch die häufigste Wahl ist.<sup>50</sup>

Schweinefleisch nimmt nach Geflügel den zweiten Platz ein. Für 36 % der Kroaten ist es die bevorzugte Fleischsorte. Obwohl der Konsum im Vergleich zu Hühnerfleisch etwas geringer ist, bleibt Schweinefleisch in traditionellen kroatischen Gerichten wie „Kulen“ (eine Paprikawurst) oder gebratenem Schweinefleisch fest verankert.<sup>51</sup> Allerdings geht der Schweinefleischverbrauch EU-weit zurück, was auch Kroatien betrifft. Diese Entwicklung hängt mit wachsenden Bedenken hinsichtlich der Umweltbelastung und der Nachfrage nach gesünderen Fleischalternativen zusammen.<sup>52</sup>

Die folgende Grafik zeigt eine Übersicht über die Im- und Exporte der beiden für Kroatien relevantesten Fleischkategorien Schweinefleisch und Geflügelfleisch im Jahr 2022. Deutschland ist hierbei das wichtigste Bestimmungsland für Schweinefleischimporte mit einem Wert von 81,2 Mio. USD.<sup>53</sup>

---

<sup>49</sup> Valentić & Pavetić (2024): LIVESTOCK PRODUCTION, 2023: [www.podaci.dzs.hr](http://www.podaci.dzs.hr), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>50</sup> Thomas (2024): Survey Reveals Meat Consumption Trends Among Croatians: [www.thedubrovniktimes.com](http://www.thedubrovniktimes.com), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>51</sup> Ebenda.

<sup>52</sup> Falstaff (2023): Meat consumption in the EU decreases dramatically: [www.falstaff.com](http://www.falstaff.com), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>53</sup> OEC World (2024): Pig meat in Croatia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

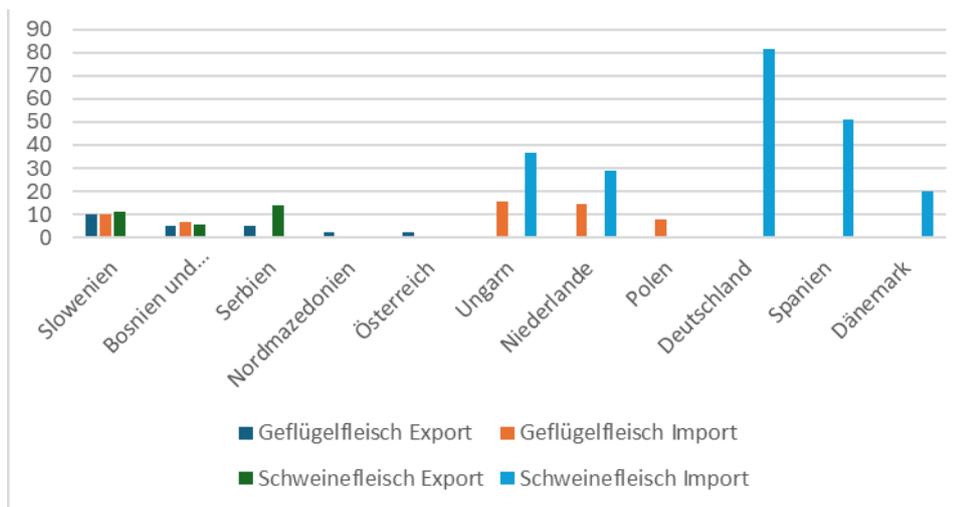


Abbildung 6: Fleisch- und -exporte Kroatiens (2022, in Mio. USD)

Quelle: OEC World (2024)

Rindfleisch spielt eine untergeordnete Rolle im Vergleich zu Hühner- und Schweinefleisch, ist aber dennoch in der kroatischen Küche präsent. Rindfleisch wird oft in Form von Eintöpfen und Braten konsumiert, vor allem bei Festlichkeiten oder in traditionellen Gerichten. In der gesamten EU wird erwartet, dass der Rindfleischverbrauch in den nächsten Jahren weiter zurückgeht, auch aufgrund von Umweltbedenken und höheren Preisen im Vergleich zu anderen Fleischarten.<sup>54</sup>

Kroatien importiert einen Großteil seines Rindfleischs aus Ländern wie den Niederlanden, Polen und Italien, während Länder wie Deutschland und Österreich ebenfalls wichtige Lieferanten darstellen. Der Importpreis für Rindfleisch erreichte im Jahr 2023 einen Höchststand.<sup>55</sup> Kalbfleisch wird in Kroatien von etwa einem Drittel der Bevölkerung als „Premiumfleisch“ angesehen. Obwohl der Kalbfleischkonsum geringer ist, ist es bei besonderen Anlässen und in gehobenen Restaurants beliebt. Es wird häufig für feinere, traditionelle Gerichte verwendet und genießt aufgrund seiner zarten Textur und seines besonderen Geschmacks einen besonderen Status.<sup>56</sup>

Lammfleisch ist in Kroatien regional besonders beliebt, vor allem in Küstenregionen und auf den Inseln. Wie Kalbfleisch gilt es als eine Premiumfleischart und wird insbesondere bei traditionellen Feierlichkeiten wie Ostern serviert. Trotz seiner kulturellen Bedeutung ist der Verbrauch im Vergleich zu Hühner- und Schweinefleisch relativ niedrig.<sup>57</sup>

<sup>54</sup> Falstaff (2023): Meat consumption in the EU decreases dramatically: [www.falstaff.com](http://www.falstaff.com), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>55</sup> IndexBox (2024): Croatia – Beef (Cattle Meat) – Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insight, 2024: [www.indexbox.io](http://www.indexbox.io), zuletzt aufgerufen am 09.09.2024

<sup>56</sup> Thomas (2024): Survey Reveals Meat Consumption Trends Among Croats: [www.thedubrovniktimes.com](http://www.thedubrovniktimes.com), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>57</sup> Ebenda.

Neben frischem Fleisch spielen verarbeitete Fleischprodukte eine wichtige Rolle. Speck ist besonders beliebt und wird von 39 % der Kroaten regelmäßig konsumiert, während der Konsum von Würsten zurückgegangen ist. Wurstprodukte sind oft fester Bestandteil der kroatischen Küche.<sup>58</sup> Prognosen zeigen, dass die Umsätze für verarbeitete Fleischprodukte bis zum Jahr 2028 auf etwa 1,3 Mrd. EUR steigen werden. Dieser Sektor erlebt jedoch im Durchschnitt nur ein geringes jährliches Wachstum von 0,2 %.<sup>59</sup>

#### 4.1.2 Getreide

Der kroatische Getreidemarkt ist ein bedeutender Sektor innerhalb der landwirtschaftlichen Produktion des Landes. Die wichtigsten Getreidesorten umfassen Weizen, Mais, Gerste und Hafer, die sowohl für den inländischen Konsum als auch für den Export eine Rolle spielen. Kroatien hat eine stabile Getreideproduktion, wobei Mais eine besonders wichtige Kulturpflanze ist. Die klimatischen Bedingungen und die geografische Lage des Landes begünstigen die Getreideproduktion, obwohl die Ernteerträge von den jährlichen Wetterbedingungen beeinflusst werden.<sup>60</sup>

Ein wesentlicher Teil des Getreidemarktes in Kroatien ist der Handel. Im Jahr 2022 waren die Hauptherkunftsländer für Getreide nach Kroatien Ungarn, Serbien und die Ukraine. Diese Länder decken zusammen etwa 64 % der Getreideimporte. Kroatien selbst exportiert einen erheblichen Anteil seiner Getreideproduktion, wobei Italien der größte Abnehmer ist. Weitere wichtige Exportmärkte sind Slowenien und Österreich. Die Preise für Getreide in Kroatien stiegen im Jahr 2022, mit einem durchschnittlichen Exportpreis von 357 USD pro Tonne und einem Importpreis von 501 USD pro Tonne.<sup>61</sup>

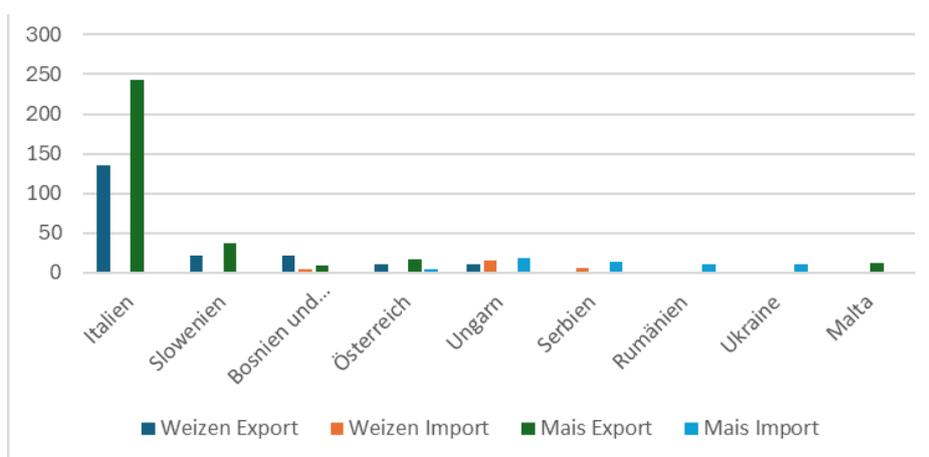


Abbildung 7: Getreideim- und -exporte Kroatiens 2022 (in Mio. USD)

Quelle: OEC World (2024)

<sup>58</sup> Thomas (2024): Survey Reveals Meat Consumption Trends Among Croats: [www.thedubrovniktimes.com](http://www.thedubrovniktimes.com), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>59</sup> ReportLinker (2023): Croatia Processed Meat Industry Outlook 2024 – 2028: [www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com), zuletzt aufgerufen am 08.09.2024

<sup>60</sup> IndexBox (2024): Croatia: Grain Market 2024: [www.indexbox.io](http://www.indexbox.io), zuletzt aufgerufen am 09.09.2024.; IndexBox (2024): Croatia – Cereal Grain Products (Including Corn Flakes) – Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights: [www.indexbox.io](http://www.indexbox.io), zuletzt aufgerufen am 09.09.2024

<sup>61</sup> IndexBox (2024): Croatia: Grain Market 2024. [www.indexbox.io](http://www.indexbox.io), zuletzt aufgerufen am 09.09.2024

Es wird erwartet, dass sich die Nachfrage nach Getreideprodukten in den kommenden Jahren auf einem moderaten Niveau stabilisiert, da die Sättigung des Verbrauchs pro Kopf in vielen Regionen erreicht ist. Dennoch bleibt Getreide sowohl für den menschlichen Verzehr als auch als Futtermittel für die Tierproduktion und in der industriellen Nutzung (z. B. Herstellung von Bioenergie) von Bedeutung.<sup>62</sup> Die Grafik zeigt für das Jahr 2022 die wichtigsten Bestimmungs- und Zielländer für kroatische Im- und Exporte von Weizen und Mais, den beiden für das Land relevantesten Getreidearten.<sup>63</sup>

#### 4.1.3 Obst und Gemüse

Der kroatische Markt für Obst und Gemüse ist von einem starken Wachstum geprägt, sowohl in der Produktion als auch im Konsum. Trotz günstiger klimatischer Bedingungen und eines fruchtbaren Bodens ist Kroatien nicht in der Lage, seinen eigenen Bedarf vollständig zu decken. Die lokale Produktion umfasst vor allem Tomaten, Paprika, Kartoffeln, Äpfel und Beeren, die zu den Hauptnahrungsmitteln der Bevölkerung zählen. Allerdings muss Kroatien dennoch jedes Jahr Obst und Gemüse im Wert von rund 300 Mio. EUR importieren, um die Nachfrage zu befriedigen.<sup>64</sup> Für das Jahr 2024 wird ein Umsatz für Gemüse von 0,9 Mrd. EUR erwartet. Dies entspricht einem Umsatz von 230,3 EUR pro Kopf.<sup>65</sup>

Von 2019 bis 2020 wurde ein Anstieg des jährlichen Pro-Kopf-Verbrauchs von frischen Gemüsesorten verzeichnet, und dieser Trend setzt sich weiter fort. Besonders beliebte Produkte wie Kartoffeln, Tomaten und Paprika sind ein unverzichtbarer Bestandteil der kroatischen Küche, was den Bedarf auf einem hohen Niveau hält. Der Markt ist geprägt von einem hohen Pro-Kopf-Verbrauch, insbesondere bei Gemüse. Dieser beträgt jährlich etwa 330 kg. Kartoffeln sind die am häufigsten konsumierte Gemüsesorte, mit 76,3 kg pro Haushalt. Es folgen Tomaten und Paprika, mit jeweils etwa 30 kg pro Jahr, während der Konsum von Bohnen zurückgeht.<sup>66</sup>

Die kroatische Gemüseproduktion wird bis zum Jahr 2028 voraussichtlich etwa 1,25 Mio. t erreichen. Dies entspricht einer moderaten jährlichen Wachstumsrate von 0,1 % gegenüber dem Niveau von 1,24 Mio. t im Jahr 2023. Seit dem Jahr 2019 ist das kroatische Gemüseangebot leicht rückläufig und sinkt jährlich um 0,2 %. Trotz dieses Abwärtstrends liegt Kroatien bei der Gemüseproduktion im Jahr 2023 weltweit auf Platz 65.<sup>67</sup>

---

<sup>62</sup> IndexBox (2024): Croatia – Cereal Grain Products (Including Corn Flakes) – Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights: [www.indexbox.io](http://www.indexbox.io), zuletzt aufgerufen am 09.09.2024

<sup>63</sup> OEC World (2024): Wheat in Croatia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 10.09.2024.; OEC World (2024): Corn in Croatia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 10.09.2024

<sup>64</sup> Gregorić (2017): Kann Kroatien genügend Obst und Gemüse für seinen Verbrauch selbst herstellen?: [www.glashrvatske.hrt.hr](http://www.glashrvatske.hrt.hr), zuletzt aufgerufen am 11.09.2024

<sup>65</sup> Statista (2024): Gemüse – Kroatien: [www.statista.com](http://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 11.09.2024

<sup>66</sup> Ebenda.

<sup>67</sup> ReportLinker (2023): Croatia Vegetables Industry Outlook 2024 – 2028: [www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com), zuletzt aufgerufen am 12.09.2024

Im Bereich Obst liegt der Pro-Kopf-Verbrauch in Kroatien mit 136 kg pro Jahr im Mittelfeld. Der Markt für frisches Obst wird im Jahr 2024 voraussichtlich einen Umsatz von ca. 620 Mio. USD erzielen, mit einer erwarteten jährlichen Wachstumsrate von 3,2 % von 2024 bis 2029. Im Jahr 2024 werden ein Pro-Kopf-Umsatz von 155,5 USD sowie ein durchschnittliches Volumen pro Person von voraussichtlich 44,1 kg erwartet.<sup>68</sup> Auf dem Markt für frisches Obst wird im Jahr 2029 ein Gesamtvolumen von 183,7 Mio. kg erwartet. Es wird prognostiziert, dass dieser Markt im Jahr 2025 ein Volumenwachstum von 1,2 % aufweisen wird.<sup>69</sup>

Kroatien exportierte im Jahr 2022 Kartoffeln hauptsächlich nach Slowenien, Bosnien und Herzegowina, Serbien, Montenegro und Ungarn, während Importe überwiegend aus Deutschland und den Niederlanden kamen. Die Hauptmärkte für kroatische Äpfel- und Birnenexporte waren Slowenien und das Vereinigte Königreich, während Importe vor allem aus Polen und den Niederlanden stammten.<sup>70</sup>

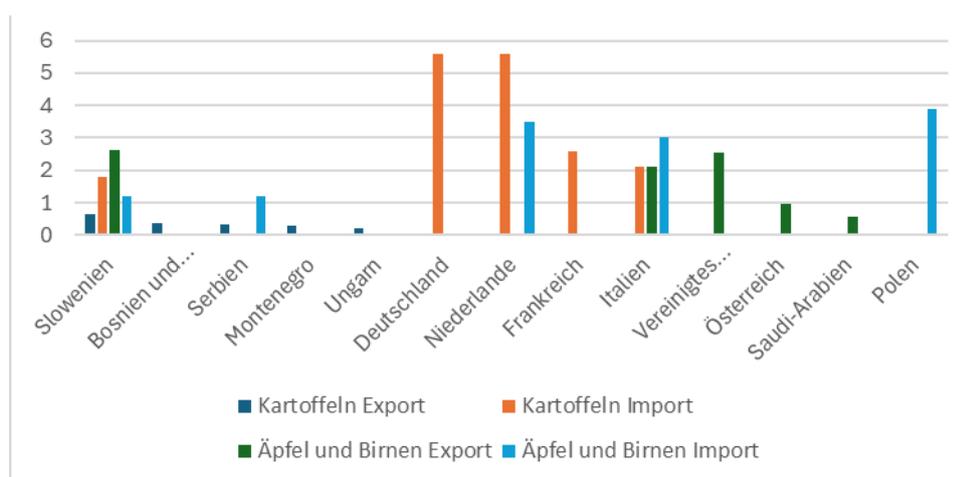


Abbildung 8: Im- und Exporte von Kartoffeln, Äpfeln und Birnen Kroatiens (2022, in Mio. USD)

Quelle: OEC World (2024)

#### 4.1.4 Milch und Milchprodukte

Kroatien nimmt eine wichtige Stellung in der regionalen Milchwirtschaft ein. Das Land beliefert sowohl den heimischen als auch den internationalen Markt. Das Land verfügt über rund 160.000 Milchkühe, die zu einer jährlichen Milchproduktion von etwa 600 Mio. l beitragen. Darüber hinaus gibt es rund 80.000 Milchziegen, die die Milchproduktion ergänzen und hauptsächlich für die Herstellung von Käse verwendet werden.<sup>71</sup>

<sup>68</sup> Kiridziewska: Kein Mittagessen ohne Kartoffeln, Tomaten und Paprika und Äpfel zum Nachtisch: [www.slobodenpecat.mk](http://www.slobodenpecat.mk), zuletzt aufgerufen am 11.09.2024

<sup>69</sup> Statista (2024): Fresh Fruits – Croatia: [www.statista.com](http://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 12.09.2024

<sup>70</sup> OEC World (2024): Potatoes in Croatia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 20.09.2024; OEC World (2024): Apples and Pears in Croatia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 12.09.2024

<sup>71</sup> DairyNews (2024): Overview of Croatia's Dairy Industry: [www.dairynews.today](http://www.dairynews.today), zuletzt aufgerufen am 13.09.2024

Das Volumen der in Kroatien jährlich verarbeiteten Milch erreicht rund 550 Mio. l. Diese verarbeitete Milch wird zu einer Vielzahl von Molkereiprodukten verarbeitet, darunter Käse, Butter und Milchpulver. Die Käseproduktion beläuft sich auf etwa 37.000 t pro Jahr. Außerdem werden jährlich etwa 18.000 t Milchpulver und Molke produziert. Diese werden sowohl in verschiedenen Lebensmittelindustrien weiterverwendet als auch exportiert.<sup>72</sup>

Kroatien exportiert jährlich etwa 25.000 t an Milchprodukten. Dazu gehören Käse, Molke und Milchpulver, die in verschiedene Länder innerhalb und außerhalb der EU geliefert werden. Auf der Importseite importiert Kroatien etwa 30.000 t Milchprodukte pro Jahr, um die Inlandsnachfrage zu decken und die lokale Produktion zu ergänzen.<sup>73</sup> Im Jahr 2022 exportierte Kroatien Milch im Wert von 25,3 Mio. USD und war damit der 37. größte Milchexporteur der Welt. Die wichtigsten Bestimmungsländer waren Bosnien und Herzegowina (7,9 Mio. USD), Serbien (5,9 Mio. USD), Slowenien (3,9 Mio. USD), Rumänien (2,3 Mio. USD) und Montenegro (1,9 Mio. USD).<sup>74</sup> Im Jahr 2022 importierte Kroatien Milch im Wert von 129 Mio. USD und war damit der 15. größte Importeur von Milch in der Welt.<sup>75</sup>

Laut Prognosen für das Jahr 2028 werden für Flüssigmilch für Kroatien die wichtigsten Exportmärkte Italien, Bosnien und Herzegowina, Ungarn, Slowenien und Montenegro sein. Diese Einschätzung basiert auf Faktoren wie Handelsbeziehungen, Zöllen und der wachsenden Nachfrage nach Importen.<sup>76</sup>

Der kroatische Markt für Flüssigmilch ist stark konzentriert. Wenige Unternehmen teilen sich den Großteil des Marktes.<sup>77</sup> Das größte Molkereiunternehmen Dukat d.d. ist hauptsächlich in der Milchverarbeitung und der Herstellung von u. a. Käse und Joghurt tätig. Ein weiterer bedeutender Akteur ist Vindija d.d., der auf ein breites Spektrum von Milchprodukten spezialisiert ist, darunter Milch, Käse und trinkfertige Getränke. Außerdem wichtig zu erwähnen ist das Unternehmen Meggle Hrvatska d.d. Dieses ist bekannt für seine hochwertigen Milchprodukte, darunter Milch, Butter und verschiedene Käsesorten.<sup>78</sup>

Der kroatische Milchmarkt wird stark von den Verbraucherpräferenzen für frische und natürliche Milchprodukte beeinflusst. Milchprodukte wie Vollmilch, Magermilch und aromatisierte Milch sind feste Bestandteile der kroatischen Ernährung. Der Markt wird durch das zunehmende Gesundheitsbewusstsein, die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen

---

<sup>72</sup> DairyNews (2024): Overview of Croatia's Dairy Industry: [www.dairynews.today](http://www.dairynews.today), zuletzt aufgerufen am 13.09.2024.

<sup>73</sup> Ebenda.

<sup>74</sup> OEC World (2024): Milk in Croatia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 13.09.2024

<sup>75</sup> Ebenda.

<sup>76</sup> 6Wresearch (2023): Croatia Fluid Milk Market (2024-2030) | Segmentation, Value, Forecast, Trends, Outlook, Size, Analysis, Growth, Revenue, Companies, Share & Industry: [www.6wresearch.com](http://www.6wresearch.com), zuletzt aufgerufen am 16.09.2024

<sup>77</sup> Ebenda.

<sup>78</sup> DairyNews (2024): Overview of Croatia's Dairy Industry: [www.dairynews.today](http://www.dairynews.today), zuletzt aufgerufen am 13.09.2024

Milchprodukten und das Wachstum der Milchwirtschaft angetrieben. Innovationen in Verpackung und Vertrieb spielen ebenfalls eine wichtige Rolle im Marktwachstum.<sup>79</sup>

Herausforderungen auf dem kroatischen Milchmarkt umfassen u. a. schwankende Milchpreise, die sich auf die Produktionskosten und die Rentabilität auswirken. Strenge Vorschriften zur Lebensmittelsicherheit und -qualität stellen zusätzliche Hürden für Hersteller dar. Auch der Wettbewerb mit alternativen Milchprodukten und internationalen Anbietern zwingt lokale Produzenten dazu, innovativ zu bleiben und Kosten effizient zu managen.<sup>80</sup>

Die kroatische Regierung unterstützt die Milchbauern durch Subventionen und Programme, die auf Produktivitätssteigerung und Nachhaltigkeit abzielen. Strenge Standards für die Milchproduktion und -verarbeitung sollen die Sicherheit der Verbraucher gewährleisten und die Qualität der Milchprodukte sicherstellen.<sup>81</sup>

In Kroatien wächst der Markt für vegane und vegetarische Produkte durch das zunehmende Bewusstsein für die gesundheitlichen Vorteile pflanzlicher Ernährung und Nachhaltigkeitsbewusstsein und bietet eine wichtige Wachstumschance. Pflanzliche Alternativen, insbesondere Hafer-, Soja- und Mandelmilch, finden eine wachsende Akzeptanz bei kroatischen Verbrauchern. Obwohl pflanzliche Produkte in Kroatien noch teurer sind als traditionelle Milchprodukte, schrumpft die Preisdifferenz. Große Marken wie Alpro und Sojade dringen in den Markt ein, während auch lokale Anbieter wie Vegehop und internationale Marken ihre Produktvielfalt erweitern.<sup>82</sup>

#### *4.1.5 Verarbeitete Konsumgüter*

In Kroatien sind Bäckerei- und Konditoreiprodukte äußerst beliebt und spielen eine bedeutende Rolle im täglichen Konsum. Durchschnittlich konsumiert die Bevölkerung etwa 55 kg Brot und Gebäck pro Jahr, was mehr als in vielen anderen europäischen Ländern ist. Die hohe Nachfrage hat dazu geführt, dass die Preise für Backwaren in Kroatien oft höher liegen als in anderen europäischen Staaten. Typische kroatische Spezialitäten wie Burek, Slanci und Zagorski sind besonders gefragt. Daneben gibt es eine große Auswahl an Backwaren, die mit Fruchtkompott gefüllt sind, darunter Krafna und Lisnato s visnjama.<sup>83</sup>

---

<sup>79</sup> 6Wresearch (2023): Croatia Fluid Milk Market (2024-2030) | Segmentation, Value, Forecast, Trends, Outlook, Size, Analysis, Growth, Revenue, Companies, Share & Industry: [www.6wresearch.com](http://www.6wresearch.com), zuletzt aufgerufen am 16.09.2024

<sup>80</sup> Ebenda.

<sup>81</sup> 6Wresearch (2023): Croatia Fluid Milk Market (2024-2030) | Segmentation, Value, Forecast, Trends, Outlook, Size, Analysis, Growth, Revenue, Companies, Share & Industry: [www.6wresearch.com](http://www.6wresearch.com), zuletzt aufgerufen am 16.09.2024

<sup>82</sup> Global Monitor (2024): Croatia Plant-Based Dairy Market: Trends, Forecasts up to 2028 and Company Shares: [www.globalmonitor.us](http://www.globalmonitor.us), zuletzt aufgerufen am 16.09.2024

<sup>83</sup> Fortune Business Insights (2024): Marktgröße, Anteil und Branchenanalyse für Backwaren, nach Produkttyp (Brot, Kuchen und Gebäck, Kekse und Kekse sowie andere Backwaren), nach Form (gefroren und frisch), nach Produktpalette (Spezialität {glutenfrei, biologisch, und andere}): [www.fortunebusinessinsights.com](http://www.fortunebusinessinsights.com), zuletzt aufgerufen am 17.09.2024

Der kroatische Markt für Brot- und Backwaren hat sich dynamisch entwickelt. Im Jahr 2023 stieg der Wert des Marktes um 19 % auf etwa 760 Mio. USD, und es wird erwartet, dass dieser Trend bis zum Jahr 2024 anhält. Die steigende Nachfrage nach Backwaren und die Zunahme der lokalen Produktion tragen zur Marktentwicklung bei. Zudem wird bis zum Jahr 2029 ein durchschnittliches jährliches Umsatzwachstum von 3,4 % prognostiziert, was einem Marktvolumen von etwa 1,2 Mrd. USD entspricht.<sup>84</sup>

Das wachsende Umweltbewusstsein der kroatischen Konsumenten führt zu einem Trend hin zu unverpackten, frischen Backwaren. Auch der Trend zum Heimbacken wird voraussichtlich zunehmen, insbesondere in städtischen Gebieten, wo der Besitz von Brotbackmaschinen immer verbreiteter wird.<sup>85</sup> Der Import von Brot- und Backwaren wird durch Länder wie Deutschland, Polen und Italien dominiert, die zusammen einen signifikanten Anteil der Gesamteinfuhren nach Kroatien ausmachen. Der Preis pro Tonne importierter Backwaren ist dabei kontinuierlich gestiegen, was auf eine anhaltend hohe Nachfrage und die allgemeine Preisentwicklung hinweist.<sup>86</sup>

Im Jahr 2022 exportierte Kroatien Backwaren im Wert von 142 Mio. USD, die damit das 35. meistexportierte Produkt in Kroatien waren. Die wichtigsten Bestimmungsländer waren Slowenien (25,6 Mio. USD), Deutschland (20,4 Mio. USD), Bosnien und Herzegowina (16,8 Mio. USD), Serbien (10,8 Mio. USD) und die Niederlande (10,2 Mio. USD).<sup>87</sup> Im Jahr 2022 importierte Kroatien Backwaren im Wert von 240 Mio. USD, die damit das 18. meistimportierte Produkt in Kroatien waren. Kroatien importiert Backwaren hauptsächlich aus Deutschland (37,9 Mio. USD), Italien (33,9 Mio. USD), Polen (33,6 Mio. USD), Slowenien (21 Mio. USD) und Serbien (17,4 Mio. USD).<sup>88</sup>

Ein weiteres wichtiges Segment umfasst Fertiggerichte und Tiefkühlprodukte. Diese Produktkategorie erfreut sich zunehmender Beliebtheit, da sie eine schnelle und bequeme Alternative für die Mahlzeitenzubereitung bietet. Produkte wie Tiefkühlpizza, vorgefertigte Pasta-Gerichte und fertig zubereitete Fleischprodukte finden sich in fast jedem kroatischen Haushalt. Diese Nachfrage wird durch die steigende Zahl an berufstätigen Menschen unterstützt, die nach praktischen und zeitsparenden Lösungen suchen. Der Umsatz mit Fertiggerichten und Tiefkühlprodukten steigt kontinuierlich und trägt maßgeblich zum Wachstum des gesamten Marktes für verarbeitete Konsumgüter in Kroatien bei.<sup>89</sup>

---

<sup>84</sup> IndexBox (2024): Croatia: Bread And Bakery Market 2024: [www.indexbox.io](http://www.indexbox.io), zuletzt aufgerufen am 17.09.2024

<sup>85</sup> Ebenda.

<sup>86</sup> IndexBox (2024): Croatia: Bread And Bakery Market 2024: [www.indexbox.io](http://www.indexbox.io), zuletzt aufgerufen am 17.09.2024

<sup>87</sup> OEC World (2024): Baked Goods in Croatia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 17.09.2024

<sup>88</sup> Ebenda.

<sup>89</sup> IndexBox (2024): Croatia - Prepared Dishes and Meals - Market Analysis, Forecast, Size, Trends and Insights: [www.indexbox.io](http://www.indexbox.io), zuletzt aufgerufen am 18.09.2024

#### 4.1.6 Getränke

Für den Zeitraum von 2024 bis 2029 wird ein jährliches Umsatzwachstum für Getränke von 0,1 % erwartet, wodurch das Marktvolumen im Jahr 2029 voraussichtlich 1,2 Mrd. EUR erreichen wird. Kroatien ist bekannt für die Herstellung von Wein und Bier, wobei regionale Produkte stark nachgefragt sind.<sup>90</sup>

Die kroatische Getränkeindustrie ist in hohem Maße auf die Herstellung von alkoholischen Getränken konzentriert. Der Markt für alkoholische Getränke verzeichnet ein stetiges Wachstum. Dieser Markt umfasst hauptsächlich Wein, Bier und Spirituosen. Wein ist traditionell stark verankert, vor allem aus den Regionen Dalmatien und Istrien. Bier ist ebenfalls sehr beliebt, mit lokalen Marken wie Ožujsko und Karlovačko, die große Marktanteile halten.<sup>91</sup> Im Jahr 2022 exportierte Kroatien Bier im Wert von 44,9 Mio. USD und war damit der 32. größte Exporteur von Bier der Welt. Die wichtigsten Bestimmungsländer waren Bosnien und Herzegowina (23 Mio. USD), Slowenien (12,3 Mio. USD) und Ungarn (4,8 Mio. USD).<sup>92</sup> Im Jahr 2018 importierte Kroatien Bier im Wert von 54,6 Mio. USD, v. a. aus Slowenien (15,3 Mio. USD), Deutschland (10 Mio. USD) und Serbien (5,8 Mio. USD).<sup>93</sup>

Das populärste alkoholische Getränk in Kroatien ist der Rakija. Er zählt zu den bekanntesten Destillaten im Mittelmeerraum. Rakija ist ein starker Obstbrand und weist einen Alkoholgehalt von bis zu 40 % auf. Einige der beliebtesten Rakija-Sorten sind Šljivovica (Pflaumen-Rakija), Medica (Honig-Rakija) und Višnjevača (Kirsch-Rakija).<sup>94</sup>

Im Bereich der alkoholfreien Getränke, insbesondere Erfrischungsgetränken, ist das Wachstum dynamisch. Der Markt wächst jährlich um 3,3 % und wird bis zum Jahr 2029 ein Volumen von 515 Mio. EUR erreichen. Der steigende Verbrauch von Erfrischungsgetränken in Kroatien spiegelt den wachsenden Trend zu gesünderen Alternativen wie zuckerfreien oder natürlichen Getränken wider.<sup>95</sup> Neben Limonaden gewinnen gesündere Alternativen wie Wasser, Tee und Säfte zunehmend an Bedeutung.<sup>96</sup>

## 4.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt

Seit dem Jahr 2020 sind die Lebensmittelpreise um bis zu 37 % gestiegen.<sup>97</sup> Dies wird begründet durch Faktoren wie steigende Importe, niedrigere landwirtschaftliche Erträge und klimabedingte Herausforderungen. Zudem variieren die Lebensmittelpreise erheblich je nach

<sup>90</sup> Statista (2024): Alkoholische Getränke – Kroatien: [www.statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 19.09.2024

<sup>91</sup> Ebenda.

<sup>92</sup> OEC World (2024): Beer in Croatia: [www.oec.world](https://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 19.09.2024

<sup>93</sup> Ebenda.

<sup>94</sup> Bauer & Bolhuis (2021): Der Markt für Lebensmittel allgemein in Kroatien: [www.agrarexportfoerderung.de](https://www.agrarexportfoerderung.de), zuletzt aufgerufen am 17.09.2024

<sup>95</sup> Statista (2024): Erfrischungsgetränke – Kroatien: [www.statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 19.09.2024

<sup>96</sup> Ebenda.

<sup>97</sup> Croatiaweek (2024): What is the future of food in Croatia? Prices up 37% in four years: [www.croatiaweek.com](https://www.croatiaweek.com), zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

Region. Besonders in touristischen Gebieten sind die Preise im Einzelhandel deutlich höher und nahezu vergleichbar mit deutschen Preisen. Auch der urbane Raum weist höhere Kosten für Lebensmittel auf. Hier ist es zudem gängig, Nahrungsmittel zusätzlich selbst anzubauen.

**Tabelle 1: Übersicht Lebensmittelpreise in Kroatien**

|                       | <b>Produkt</b>           | <b>EUR pro kg</b> |
|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| Fleischprodukte       | Schweinefleisch          | 3,32              |
|                       | Rind                     | 13,20             |
|                       | Hühnerbrust              | 7,90              |
| Fisch                 | Frischer Fisch           | 1,82 – 4,20       |
| Tierische Produkte    | Eier                     | 2,40 EUR/12 Stück |
|                       | Milch                    | 1,10 EUR/l        |
|                       | Butter                   | 10,40             |
|                       | Käse                     | 3,24 – 13,29      |
| Obst                  | Weintrauben              | 1,99              |
|                       | Äpfel                    | 1,60              |
|                       | Bananen                  | 1,60              |
| Gemüse                | Karotten                 | 1,30              |
|                       | Kohl                     | 0,62              |
|                       | Paprika                  | 2,60              |
|                       | Tomaten                  | 1,79 – 2,39       |
|                       | Gurke                    | 1,30              |
|                       | Kartoffeln               | 0,80              |
|                       | Zwiebeln                 | 1,05              |
| Brot und Backwaren    | Brot                     | 2,60              |
|                       | Zucker                   | 0,90              |
|                       | Mehl                     | 0,66              |
| Sonstige              | Öl                       | 2,00 EUR/l        |
|                       | Reis                     | 1,30              |
|                       | Nudeln                   | 1,80              |
| Getränke              | Cola                     | 0,73 EUR/l        |
|                       | Säfte                    | 1,60 EUR/l        |
|                       | Abgefülltes Wasser       | 0,66 EUR/1,5l     |
| Alkoholische Getränke | Wein                     | 6,60 EUR/l        |
|                       | Importbier               | 2,00 EUR/0,33l    |
|                       | Lokal hergestelltes Bier | 1,30 EUR/0,5l     |

Quelle: Numbeo (2024)

### 4.2.1 Erzeugerpreise

Von 2020 bis 2024 hatte Kroatien schwankende Erzeugerpreise besonders in der Landwirtschaft und im Einzelhandel. Im ersten Quartal 2024 erlebte Kroatien einen Rückgang der Erzeugerpreise um 1,1 % im Vergleich zum Vorjahr 2023, was die Preisentwicklung näher an den EU-Durchschnitt brachte.<sup>98</sup> Der abgebildete Erzeugerpreisindex verdeutlicht die Entwicklung der Erzeugerpreise von 2014 bis 2023.<sup>99</sup>

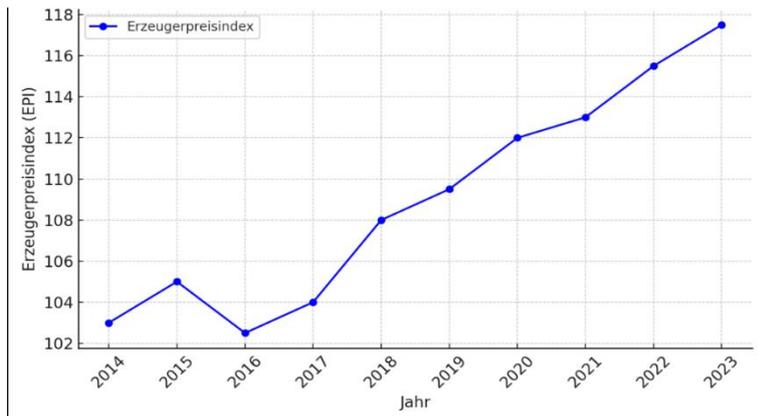


Abbildung 9: Erzeugerpreisindex Kroatien (2014 – 2023)

Quelle: Trading Economics (2024)

Im europäischen Vergleich wird deutlich, dass im Jahr 2024 die Erzeugerpreise in Kroatien deutlich über dem europäischen Durchschnitt liegen. Während Kroatien einen moderaten Rückgang verzeichnete, erlebte die EU einen erheblichen Rückgang von bis zu 8 %.<sup>100</sup> Diese Stabilität in Kroatien deutet auf eine robustere Produktionsbasis hin.

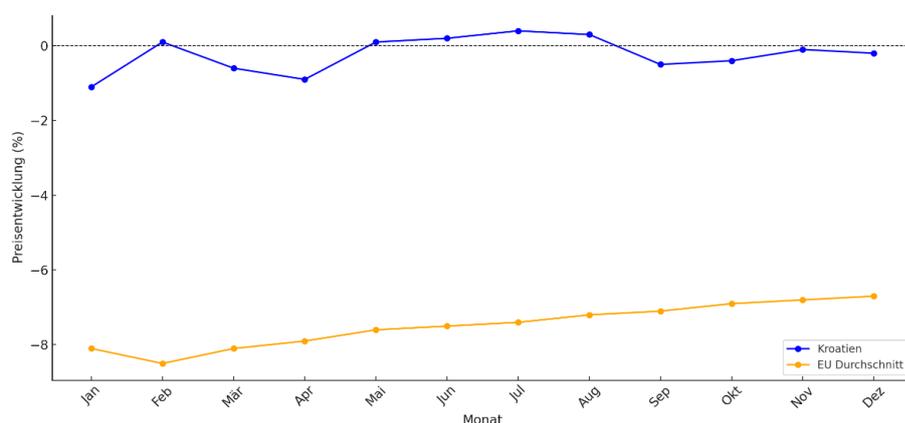


Abbildung 10: Entwicklung Erzeugerpreise Kroatiens vs. EU-Durchschnitt (2024)

Quelle: Trading Economics (2024)

<sup>98</sup> Eurostat (2024): Erzeugerpreise in der Industrie im Euroraum um 0,2 % und in der EU um 0,3 % gesunken: <https://ec.europa.eu>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>99</sup> Tradingeconomics (2024): Kroatien, <https://de.tradingeconomics.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>100</sup> Eurostat (2024): Erzeugerpreise in der Industrie im Euroraum um 0,2% und in der EU um 0,3% gesunken: <https://ec.europa.eu>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

#### 4.2.2 Importpreise

Die Importpreise in der Lebensmittelindustrie in Kroatien sind einem erheblichen Druck ausgesetzt. Im Jahr 2023 betrugen die Lebensmittelimporte etwa 2,5 Mrd. EUR, was rund 15 % des gesamten Warenimports des Landes ausmachte.<sup>101</sup> Diese Abhängigkeit von Importen zeigt sich besonders deutlich bei wichtigen Produkten wie Obst und Gemüse, die auf dem Weltmarkt zu niedrigeren Preisen angeboten werden und so einheimische Produzenten unter Druck setzen. Im Jahr 2024 stiegen die Lebensmittelpreise im Vergleich zum Vorjahr 2023 um etwa 10 %, wobei einige Produkte, insbesondere Zitrusfrüchte und exotische Früchte, sogar Preissteigerungen von bis zu 20 % verzeichneten.<sup>102</sup> Ein wesentlicher Faktor für diese Preissteigerungen sind die globalen Rohstoffpreise, die seit dem Jahr 2020 erheblich gestiegen sind. Die Preise für Weizen und Mais stiegen beispielsweise um etwa 30 % im Jahr 2022, was sich direkt auf die Importkosten in Kroatien auswirkte.<sup>103</sup>

Um den Auswirkungen steigender Importpreise entgegenzuwirken, hat die kroatische Regierung im Jahr 2023 Maßnahmen zur Preiskontrolle für 30 Grundlebensmittel und die Energiekostendeckelung eingeführt.<sup>104</sup> Diese Strategien zielen darauf ab, die Haushalte zu entlasten und die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Landwirtschaft zu unterstützen. Durch gezielte Subventionsmaßnahmen der kroatischen Regierung im ersten und zweiten Quartal 2024 wurde ein signifikanter Rückgang der Preise für landwirtschaftliche Produktionsmittel erzielt. Diese Senkung der Inputpreise könnte den Landwirten helfen, ihre Produktionskosten zu reduzieren und somit ihre Gewinnmargen zu erhöhen, was auch die Wettbewerbsfähigkeit kroatischer Produzenten auf dem EU-Markt stärkt.<sup>105</sup>

#### 4.3 Distributionswege und Marktanteile

In Kroatien lässt sich auf dem Markt der Lebensmittelvertriebsunternehmen eine deutliche Veränderung erkennen. Während traditionell vor allem kleine lokale Einzelhändler den Markt bestritten haben, hat sich das Einkaufsverhalten der Kroaten besonders mit dem Markteintritt von Lebensmitteldiscountern im Jahr 2006 stark angepasst. Zudem hat die drastische Lebensmittelpreisinflation der letzten fünf Jahre dazu geführt, dass viele Verbraucher nach günstigeren Alternativen suchen. Dadurch verschiebt sich der Trend zunehmend in Richtung großflächiger Anbieter am Stadtrand. Auch Groß- und Hypermärkte spielen eine wachsende Rolle. Laut einer Umfrage von Euromonitor aus dem Jahr 2022 gaben 45 % der Befragten an, dass sie aufgrund der gestiegenen Preise nun häufiger in großen internationalen Supermärkten und Discountern einkaufen.<sup>106</sup>

<sup>101</sup> GTAI (2024): Konsum beflügelt Konjunktur in Kroatien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>102</sup> Croatiaweek (2024): What is the future of food in Croatia? Prices up 37% in four years: [www.croatiaweek.com](http://www.croatiaweek.com), zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>103</sup> Statistisches Bundesamt (2024): Getreide so stark verteuert wie zuletzt 2011: <https://www.destatis.de>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>104</sup> Odobašić (2023): Kroatien friert Strompreis für die kommenden 6 Monate ein: <https://kurier.at>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>105</sup> GTAI (2024): Konsum beflügelt Konjunktur in Kroatien: <https://www.gtai.de>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>106</sup> Euromonitor (2022): Food sector Croatia: <https://www.euromonitor.com/croatia> zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

**Tabelle 2: Prozentuale Marktanteile von Supermarkttypen**

|                           | <b>Kleine Einzelhandelsgeschäfte und Supermärkte</b> | <b>Hypermärkte</b> |        |
|---------------------------|--|--------------------|--------|
| <b>Marktanteil (in %)</b> | 41,0 %   | 19,0 %             | 16,0 % |

Quelle: Croatian Bureau of Statistics (2023)

**Tabelle 3: Marktanteile der Handelsketten in Kroatien**

|                                   | <b>Name</b>                          | <b>Marktanteil</b> | <b>Typ</b>                                |
|-----------------------------------|--------------------------------------|--------------------|---|
| <b>Inländische Handelsketten</b>  | KONZUM Plus d.o.o.                   | 36,0 %             | Lebensmittelmärkte (inkl. 26 Hypermärkte) |
|                                   | Getro                                | 4,6 %              | Groß- und Einzelhandelsmärkte             |
|                                   | PLODINE                              | 6,0 %              | Lebensmittelmärkte (inkl. 3 Hypermärkte)  |
|                                   | Tommy                                | 7,0 %              | Lebensmittelmärkte                        |
|                                   | Narodni trgovački lanac d.o.o. (NTL) | 3,0 %              | Lebensmittelmärkte                        |
|                                   | sonstige                             | 5,0 %              |   |
|                                   | <b>Gesamt</b>                        | <b>61,6 %</b>      |   |
| <b>Ausländische Handelsketten</b> | Kaufland                             | 9,0 %              | Hypermärkte                               |
|                                   | Lidl                                 | 14,0 %             | Discounter                                |
|                                   | METRO                                | 2,4 %              | Großmärkte                                |
|                                   | SPAR                                 | 12,0 %             | Hypermärkte                               |
|                                   | <b>Gesamt</b>                        | <b>37,4 %</b>      |   |

Quelle: Croatian Bureau of Statistics (2023)

Inländische Einzelhandelsketten wie KONZUM Plus d.o.o. haben derzeit mit 637 Filialen und einem Jahresumsatz im Jahr 2022 von 1,6 Mrd. EUR den größten Marktanteil. Jedoch streben vor allem ausländische Supermärkte wie Lidl, Kaufland und SPAR danach, ihre Dominanz weiter auszubauen. Im Jahr 2023 erzielte Lidl mit seinen über 113 Filialen einen Marktanteil von 15 % und einen Umsatz von über 1 Mrd. EUR. Auch Kaufland, neben Lidl ein Teil der Schwarz-Gruppe, hält mit 44 Filialen rund 12 % des Marktes und verzeichnete einen Umsatz von mehr als 630 Mrd. EUR.<sup>107</sup> Durch die anhaltende Preisinflation steigt der Bedarf nach Lebensmitteldiscountern weiter an. SPAR, das nach der Übernahme von Billa rasch Marktanteile gewonnen hat, hält im Jahr 2023 ca. 12 % des Marktes und verzeichnete im Jahr 2022 einen Umsatz von 823 Mrd. EUR. Neben den großen internationalen Ketten haben auch lokale Supermärkte wie Plodine und Tommy an Bedeutung gewonnen, insbesondere

<sup>107</sup> Croatian Bureau of Statistics (2023): Retail: <https://web.dzs.hr>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

durch kleinere Filialformate und strategische Expansion. Insgesamt haben inländische Handelsketten im Jahr 2023 einen Gesamtmarktanteil von 54,6 % und ausländische Handelsketten von 41,4 %.<sup>108</sup> Neben Supermärkten werden Lebensmittel auch auf lokalen Wochenmärkten verkauft.<sup>109</sup>

In Kroatien wird eine starke Medienpräsenz als entscheidend für den Markterfolg neuer Lebensmittel erachtet. Werbung spielt eine zentrale Rolle in der Marketingstrategie von Unternehmen, die eine Vielzahl von Kanälen nutzen, darunter Internet, Radio, Plakatwände sowie Printmedien. Besonders hervorzuheben ist das Fernsehen, das von der Lebensmittelindustrie bevorzugt wird. Supermärkte setzen zudem Direktmarketing ein, indem sie regelmäßig Werbeflyer per Post versenden, und organisieren Gewinnspiele in TV- und Radiosendungen, um das Interesse der Kunden zu wecken. Ein zusätzlicher Anreiz für Kunden sind große Rabattaktionen, die häufig beworben werden und eine hohe Anziehungskraft auf die Verbraucher haben.

Im Jahr 2023 wuchs der Online-Lebensmittelhandel in Kroatien weiter und spiegelte dabei die allgemeinen Trends im E-Commerce wider. Bis 2024 wird ein Marktvolumen von 52,3 Mio. USD erwartet, was 5,7 % des E-Commerce-Marktes ausmacht. Ein jährliches Wachstum von 12,7 % wird für 2024 bis 2028 prognostiziert. Bis zum Jahr 2024 wird der Online-Handel mit frischen Lebensmitteln, zu dem Obst, Gemüse, Fleisch und Milchprodukte gehören, voraussichtlich 15,2 Mio. USD. generieren und jährlich um 9,3 % wachsen. Derzeit machen frische Lebensmittel 0,5 % der Online-Verkäufe aus.<sup>110</sup>

#### **4.4 Verbrauchernachfrage und Trends**

Die Verbrauchernachfrage in der Lebensmittelindustrie Kroatiens wird stark durch die touristische Saison beeinflusst. Jährlich kommen etwa 18 Mio. Touristen ins Land, das selbst nur knapp 4 Mio. Einwohner hat. Besonders in den Sommermonaten steigt die Bevölkerung in den Küstenregionen um bis zu 300 %, was den Einzelhandel massiv beeinflusst. Nur 23 % der Touristen übernachten in Hotels, der Rest bevorzugt private Unterkünfte, Campingplätze oder Ferienanlagen und kauft häufig in lokalen Supermärkten ein.<sup>111</sup> Zusätzlich erschwert die geografische Lage, vor allem auf den Inseln, die Versorgung durch Einzelhändler, was insbesondere die Betreiber im Tourismusbereich vor Herausforderungen stellt. In den Sommermonaten und den Ausläufern der Hauptsaison steigt die allgemeine Nachfrage nach hochwertigen Lebensmitteln und internationalen Markenprodukten stark an.

---

<sup>108</sup> Croatian Bureau of Statistics (2023): Retail: <https://web.dzs.hr>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>109</sup> Euromonitor (2024): Plant-Based Dairy in Croatia: <https://www.euromonitor.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>110</sup> Ecommeredb(2024): Grocery Market in Croatia, <https://ecommercedb.com>, zuletzt aufgerufen am 09.10.2024

<sup>111</sup> Croatian Bureau of Statistics (2021): Tourist Arrivals and Nights in Commercial Accommodation Establishments: [www.dzs.hr](http://www.dzs.hr), zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

Der Lebensmittelmarkt in Kroatien ist zudem nachhaltig durch die demografische Entwicklung, die einen Anstieg der älteren Bevölkerung aufweist, beeinflusst. Besonders ältere Menschen bevorzugen lokale Produkte und traditionelle Gerichte. Jedoch weisen die älteren Bevölkerungsschichten, die häufig von Altersarmut betroffen sind, eine geringere Kaufkraft auf. Infolgedessen bilden Erwachsene im Alter von 30 bis 50 Jahren die Hauptkonsumentengruppe. Trotz der wachsenden Neigung junger Kroaten zu internationalen Gerichten bleibt die Mehrheit der Bevölkerung stark an traditionellen Essgewohnheiten orientiert. Eine Umfrage belegt, dass Kroaten ein deutliches Interesse an Lebensmitteln ohne künstliche Zusatzstoffe haben, wobei der Preis oft der entscheidende Faktor bei Kaufentscheidungen bleibt.

In Kroatien spielt das Mittagessen eine zentrale Rolle im Alltag der Menschen und gilt als die Hauptmahlzeit des Tages. Die kulinarischen Vorlieben variieren stark je nach Region: Während im Norden und im Binnenland Gerichte mit österreichischen und ungarischen Einflüssen, wie Rindfleischsuppe oder gekochtes Fleisch, weit verbreitet sind, kommen an der Adriaküste häufig Fischgerichte sowie traditionelle Speisen wie Risotto und Polenta auf den Tisch. Das Frühstück ist oft durch starken Kaffee und Brot geprägt, während das Abendessen häufig aus Resten des Mittagessens oder aus schlichten Speisen wie Wurst und Käse besteht. Besondere Anlässe und Feiertage bringen eine Zunahme an festlichen Speisen mit sich, wobei Fleischgerichte wie Schweinebraten (pecenka), besonders in Zagreb und Slawonien, große Beliebtheit genießen. Zu diesen Feierlichkeiten gehören auch traditionelle Süßspeisen und besondere Getränke; hierbei spielt Alkohol, insbesondere Pflaumenschnaps und regionale Kräuterschnäpse, eine wesentliche Rolle.

Frische Produkte und bequeme Zubereitungslösungen werden zunehmend nachgefragt. Der Trend zur „Fresh Convenience“ umfasst Produkte wie frisch verpackte Nudeln oder vorverpacktes Obst. Während der Fokus auf Qualität und Nährstoffgehalt steigt, bleibt die Nachfrage nach Discount-Angeboten und Sonderaktionen ebenfalls stark ausgeprägt. Zusätzlich gewinnen in Kroatien vegane und vegetarische Produkte an Bedeutung.<sup>112</sup> Außerdem erfährt der Bio-Markt in Kroatien ebenfalls eine positive Entwicklung. Die Verkaufszahlen für Bio-Produkte stiegen im Jahr 2022 um 15 % im Vergleich zum Vorjahr 2021.<sup>113</sup> Des Weiteren zeigt der Craft-Beer-Markt in Kroatien ein kontinuierliches Wachstum und lokale Weine und Spirituosen, wie Rakija, sind vor allem bei Touristen gefragt.<sup>114</sup>

---

<sup>112</sup> Euromonitor (2024): Plant-Based Dairy in Croatia: <https://www.euromonitor.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

<sup>113</sup> Ebenda.

<sup>114</sup> Statista (2024): Beverages – Croatia: <https://www.statista.com>, zuletzt aufgerufen am 02.10.2024

## 5. Lebensmittel allgemein in Serbien

### 5.1 Marktüberblick

Serbien profitiert von fruchtbarem Boden, verschiedenen Klimazonen und einer langen landwirtschaftlichen Tradition, was das Land ideal für die Lebensmittelproduktion macht. Auf 5,1 Mio. ha landwirtschaftlicher Fläche wachsen zahlreiche Produkte. Internationale Firmen wie Nestlé beziehen hier Rohstoffe, während lokale Unternehmen wie Bambi und Nectar regional und international exportieren. Seit den 2000er-Jahren hat sich der Agrarsektor trotz Herausforderungen wie extremen Wetterbedingungen stark entwickelt.

Die Lebensmittelindustrie ist einer der wichtigsten Wirtschaftssektoren Serbiens und trägt über 10 % zum BIP bei, während etwa 20 % der serbischen Exporte aus landwirtschaftlichen Erzeugnissen und verarbeiteten Lebensmitteln stammen. Serbien ist der größte Agrarmarkt auf dem Westbalkan und weltweit führend in der Produktion von gentechnikfreiem Mais und Himbeeren. Die Lebensmittelverarbeitung macht rund ein Drittel der gesamten Verarbeitungsindustrie in Serbien aus. Über 20.000 Unternehmen sind in der Branche aktiv, wobei etwa 90 % kleine und mittlere Unternehmen sind. Die Lebensmittelindustrie beschäftigt insgesamt über 120.000 Menschen. Die Löhne in der serbischen Lebensmittelproduktion lagen dabei im Jahr 2022 durchschnittlich bei 1.200 EUR brutto, in der Getränkeindustrie bei 1.500 EUR brutto. Zu den wichtigsten Teilsektoren gehören Getreide, Ölsaaten, Milchprodukte, Fleisch, Obst, Gemüse, Wein und Süßwaren. Zu den Haupt-Exportgütern zählen Fruchtsäfte, Konserven und Trockenfrüchte, wobei ökologische Produkte vermehrt in die EU exportiert werden. Die EU ist Serbiens wichtigster Handelspartner, gefolgt von den Mitgliedstaaten des Zentralen Europäischen Freihandelsabkommens (CEFTA).<sup>115</sup>

Der Umsatz des serbischen Lebensmittelmarktes wird im Jahr 2024 auf 9,29 Mrd. EUR geschätzt, wobei das größte Marktsegment das Fleischsegment mit einem Volumen von rund 2,14 Mrd. EUR ist.<sup>116</sup> Prognosen zufolge soll der serbische Lebensmittelmarkt bis zum Jahr 2029 auf 12,49 Mrd. EUR anwachsen, was einem jährlichen Wachstum von 6,10 % entspricht.<sup>117</sup>

Im Jahr 2024 wird der Pro-Kopf-Umsatz im serbischen Lebensmittelmarkt voraussichtlich 1.309 EUR betragen. Obwohl Serbien mit rund 7 Mio. Einwohnern ein relativ kleines Land ist, verfügt es über einen vielfältigen Lebensmittelmarkt, der vor allem durch die steigende Nachfrage in den Städten angetrieben wird. Die Kaufkraft eines durchschnittlichen

<sup>115</sup> Development Agency of Serbia (2019): Agri-Food Industry: <https://ras.gov.rs/en/sector/agri-food-industry>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

<sup>116</sup> Statistical Office of the Republic of Serbia (2024): Indices of producer prices of agricultural and fishing products: <https://publikacije.stat.gov.rs>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>117</sup> International Trade Administration (2024): Serbia - Country Commercial Guide: [Serbia - Agricultural Sectors \(trade.gov\)](https://ustr.gov/country/srbia), zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

serbischen Bürgers beträgt etwa 66 % des EU-Durchschnitts, was eine stabile Basis für den heimischen Konsum schafft. Im Jahr 2022 lag die Kaufkraft pro Kopf bei rund 11.000 EUR.<sup>118</sup> Die steigende Inflation hat das Konsumverhalten verändert. Während traditionell auf lokalen Wochenmärkten und in kleinen Supermärkten eingekauft wird, verlagert sich die Nachfrage zunehmend hin zu günstigeren Angeboten von großen Supermarktketten und Discountern.<sup>119</sup> Im Jahr 2024 wird voraussichtlich nur 1 % der Lebensmittel online gekauft.<sup>120</sup> Serbien steht gleichzeitig vor Herausforderungen durch steigenden Importdruck aus der EU, hohe Produktionskosten und Umweltauflagen. Im Jahr 2020 beliefen sich die Importe landwirtschaftlicher Produkte auf etwa 4,5 Mrd. USD, was eine Abhängigkeit des Marktes schafft. Besonders gefragt sind Meeresfrüchte, Wein, Obst, Gemüse und Fertiggerichte. Gleichzeitig wächst die Nachfrage nach internationalen, biologischen und veganen Produkten, besonders bei der jungen, urbanen Bevölkerung.<sup>121</sup>

### 5.1.1 Fleisch

Der serbische Markt für Fleisch ist einer der wichtigsten Sektoren innerhalb der Lebensmittelbranche. Der Konsum von Fleischprodukten gehört zur serbischen Esskultur und ist von großer Bedeutung für die Wirtschaft. Besonders in ländlichen Gebieten gibt es zahlreiche kleine und mittlere Betriebe, die sich auf die Viehzucht spezialisiert haben.

Die jährliche Fleischproduktion in Serbien betrug im Durchschnitt etwa 550.000 t im Zeitraum von 2012 bis 2021. Schweinefleisch machte mit einem Anteil von über 50 % den größten Teil der Gesamtproduktion aus, gefolgt von Geflügel (18,4 %), Rindfleisch (13,7 %), Schaffleisch (6,2 %), essbaren Innereien (5,5 %) und Fettgewebe (4 %). Die Fleischproduktion in Serbien hat während dieses Zeitraums stetig zugenommen, was auf die Zunahme der Schlachtung von Vieh und den Import von lebenden Tieren zur Mast zurückzuführen ist.<sup>122</sup>

Es wird prognostiziert, dass die serbische Fleischproduktion von 521.000 t im Jahr 2023 auf 537.000 t im Jahr 2028 steigen wird. Dieses Wachstum entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Rate von 0,5 %. Seit dem Jahr 2011 hat das Fleischangebot des Landes einen geringen jährlichen Anstieg von 0,2 % verzeichnet.<sup>123</sup>

Der serbische Fleischmarkt wird den Prognosen zufolge bis zum Jahr 2028 auf etwa 1,2 Mrd. EUR ansteigen, gegenüber etwa 1,1 Mrd. EUR im Jahr 2023. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 0,8 %. Von 2019 bis 2024 ist der

---

<sup>118</sup> Statista (2024): Lebensmittel-Serbien: <https://de.statista.com>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>119</sup> Statistical Office of the Republic of Serbia (2024): Indices of producer prices of agricultural and fishing products, March 2024: <https://publikacije.stat.gov.rs>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>120</sup> Ebenda.

<sup>121</sup> Ebenda.

<sup>122</sup> Lazića, et al. (2023): Examination of the volume of meat production and the value of meat imports to Serbia from 2012 to 2021: [www.doi.fil.bg.ac.rs](http://www.doi.fil.bg.ac.rs), zuletzt aufgerufen am 20.09.2024

<sup>123</sup> ReportLinker (2024): Serbia Processed Meat Industry Outlook 2024 – 2028: [www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com), zuletzt aufgerufen am 23.09.2024

Fleischabsatz in Serbien um 2,9 % gestiegen. Im Jahr 2023 lag Serbien bei den Fleischverkäufen weltweit auf Platz 23.<sup>124</sup>

Der Fleischverbrauch in Serbien liegt im europäischen Vergleich im mittleren Bereich. Im Jahr 2022 konsumierte die serbische Bevölkerung 539.000 t Fleisch. Pro Kopf waren es im genannten Jahr 74,6 kg. Dabei entfiel der größte Teil auf Schweinefleisch mit 49,1 kg. Es folgen Hühnerfleisch mit 11,5 kg, Rindfleisch mit 9,8 kg, Ziegen- und Lammfleisch mit 4,2 kg und sonstige Fleischsorten mit 30 g.<sup>125</sup>

Serbien importierte im Durchschnitt 33.540 t Fleisch pro Jahr für die Verarbeitung und für fertige Fleischprodukte. Der Wert der Fleischimporte liegt bei etwa 104,83 Mio. USD jährlich, während die Importe lebender Tiere zur Mast etwa 50,2 Mio. USD pro Jahr ausmachen. Die Exporte konzentrierten sich hauptsächlich auf Rinder und Schafe. Der Anteil der Importe an der gesamten Fleischmenge auf dem serbischen Markt betrug im Durchschnitt 5,8 %.<sup>126</sup>

Die folgende Tabelle zeigt die wichtigsten Handelsbeziehungen Serbiens für Schweinefleisch und Geflügel im Jahr 2022. Der Exportwert lag bei 3,1 Mio. USD, während die Importe im gleichen Jahr bei 118 Mio. USD lagen. Bei Geflügelfleisch erreichten die Exporte einen Wert von 11 Mio. USD und Importe einen Wert von 64,2 Mio. USD.<sup>127</sup>

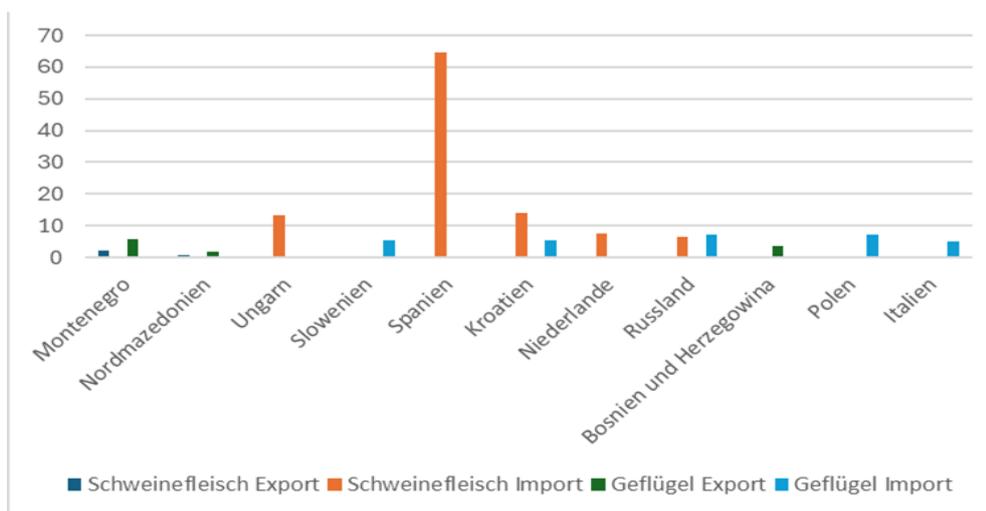


Abbildung 11: Fleischim- und -exporte Serbiens (2022, in Mio. USD)

Quelle: OEC World (2024)

<sup>124</sup> ReportLinker (2024): Serbia Meat Industry Outlook 2024 – 2028: [www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com), zuletzt aufgerufen am 23.09.2024.; ReportLinker (2024): Serbia Processed Meat Industry Outlook 2024 – 2028: [www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com), zuletzt aufgerufen am 23.09.2024

<sup>125</sup> World Population Review (2024): Meat Consumption by Country 2024: [www.worldpopulationreview.com](http://www.worldpopulationreview.com), zuletzt aufgerufen am 23.09.2024

<sup>126</sup> Lazića, et al. (2023): Examination of the volume of meat production and the value of meat imports to Serbia from 2012 to 2021: [www.doi.fil.bg.ac.rs](http://www.doi.fil.bg.ac.rs), zuletzt aufgerufen am 20.09.2024

<sup>127</sup> OEC World (2024): Pig meat in Serbia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 23.09.2024.; OEC World (2024): Poultry meat in Serbia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

Seit den 2000er-Jahren hat sich Serbien von einem Netto-Exporteur zu einem Netto-Importeur von Fleisch entwickelt. Diese Veränderung ist auf den Rückgang der Viehwirtschaft und eine erhöhte Abhängigkeit von Importen zurückzuführen, trotz der günstigen Bedingungen für die Viehzucht im Land.<sup>128</sup>

Obwohl Serbien über ausgezeichnete klimatische Bedingungen und ausreichend Ressourcen für die Viehzucht verfügt, werden diese Potenziale nicht vollständig genutzt. Es besteht eine große Chance, diese Ressourcen besser einzusetzen, um die lokale Fleischproduktion zu steigern und Serbien wieder zu einem führenden Fleischproduzenten und -exporteur zu machen.<sup>129</sup>

### 5.1.2 Getreide

Die wichtigsten in Serbien angebauten Getreide sind Weizen, Mais und Soja. Für das Marketingjahr (MY) 2024/25 wird in Serbien eine Weizenfläche von 625.000 ha prognostiziert, was einem Rückgang von 14 % im Vergleich zum Vorjahr 2023/24 entspricht. Wenn der erwartete Ertrag von 5 t pro ha erreicht wird, könnte die Weizenproduktion bei 3,1 Mio. t liegen. Dank hoher Lagerbestände von 1 Mio. t und guter Erntequalität wird mit Weizenexporten von bis zu 1,5 Mio. t gerechnet.<sup>130</sup>

Serbien ist der siebtgrößte Maisexporteur der Welt und Mitglied des Internationalen Getreiderats. Dadurch ist das Land gut mit anderen großen Getreide exportierenden und importierenden Ländern vernetzt.<sup>131</sup>

Die Maisproduktion im MY 2024/25 wird voraussichtlich 6,6 Mio. t erreichen, was einem Anstieg von 10 % zum MY 2023/24 entspräche. Aufgrund günstiger Wetterbedingungen könnte Serbiens Maisproduktion im MY 2023/24 auf 6,8 Mio. t steigen, was einen bedeutenden Zuwachs von 48 % im Vergleich zum MY 2022/23 darstellen würde. In diesem MY wurde die Maisproduktion durch eine extreme Dürre stark beeinträchtigt. Bis Ende des MY 2023/24 wird erwartet, dass Serbien 2,6 Mio. t Mais im Wert von über 620 Mio. USD exportieren und damit seine Position als einer der führenden Maisexporteure Europas wiedererlangen wird.<sup>132</sup>

Die folgende Grafik gibt einen Überblick über die Im- und Exporte von Weizen und Mais im Jahr 2022. Serbien exportierte Weizen im Wert von 290 Mio. USD. Die Importe beliefen sich

---

<sup>128</sup> Lazića, et al. (2023): Examination of the volume of meat production and the value of meat imports to Serbia from 2012 to 2021: [www.doi.fil.bg.ac.rs](http://www.doi.fil.bg.ac.rs), zuletzt aufgerufen am 20.09.2024

<sup>129</sup> Ebenda.

<sup>130</sup> USDA (2024): Serbia: Grain and Feed Annual: [www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024

<sup>131</sup> FAO (2021): Serbia moves closer to global grain market integration: [www.fao.org](http://www.fao.org), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024

<sup>132</sup> USDA (2024): Serbia: Grain and Feed Annual: [www.fas.usda.gov](http://www.fas.usda.gov), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024

auf 9,6 Mio. USD. Beim Mais exportierte Serbien Waren im Wert von 486 Mio. USD, während sich die Maisimporte auf 857.000 USD beliefen.<sup>133</sup>

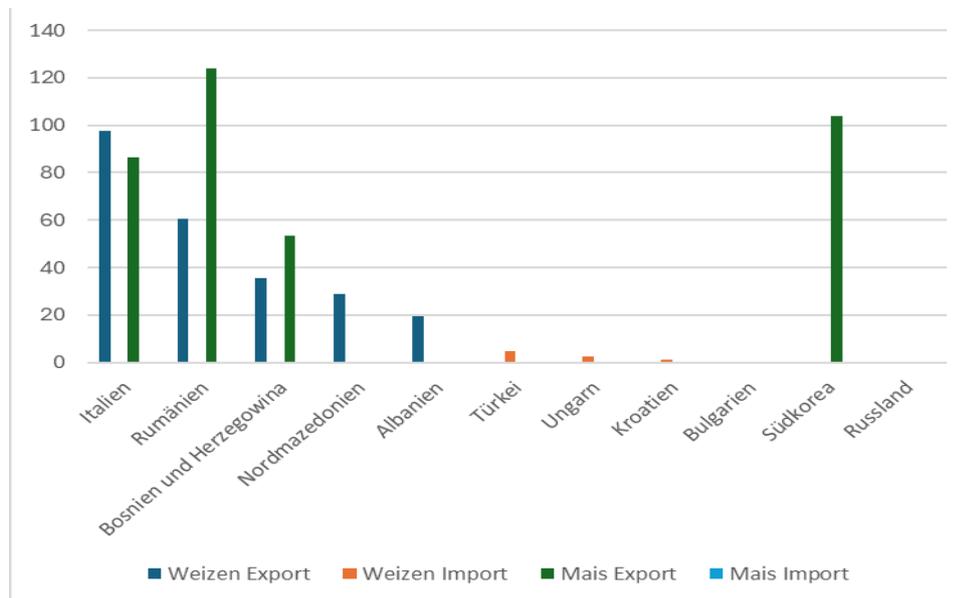


Abbildung 12: Getreideim- und -exporte Serbiens (2022, in Mio. USD)

Quelle: OEC World (2024)

Außerdem hat der Sojaanbau in Serbien an Bedeutung gewonnen, vor allem in der Region Vojvodina, die als eine der produktivsten Landwirtschaftsregionen des Landes gilt. Im Jahr 2022 wurden in Serbien rund 300.000 ha Soja angebaut.<sup>134</sup>

Serbien ist einer der führenden Produzenten von gentechnikfreiem Soja in Europa. Dank des lokalen Anbaus und der kurzen Transportwege verursachen Sojabohnen aus Serbien lediglich 0,28 t CO<sub>2</sub>-Emissionen pro t Soja. Die serbische Landwirtschaft konzentriert sich zunehmend auf trockenheitsresistente Sojasorten, um den Herausforderungen des Klimawandels besser begegnen zu können.<sup>135</sup>

Eine der größten Herausforderungen für den serbischen Getreideanbau ist die starke Abhängigkeit von Wetterbedingungen, da nur ein sehr geringer Anteil der landwirtschaftlichen Flächen (8 – 10 %) bewässert wird. Diese Abhängigkeit bedeutet, dass die Ernten stark von natürlichen Niederschlägen und Wetterereignissen abhängig sind, was die Produktion unberechenbar macht und das Risiko von Ernteverlusten erhöht.<sup>136</sup>

<sup>133</sup> OEC World (2024): Wheat in Serbia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 04.10.2024; OEC World (2024): Maize except seed corn in Serbia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>134</sup> Sieg (2023): Mit Soja auf Nummer sicher: [www.flurundfurche.de](http://www.flurundfurche.de), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024

<sup>135</sup> Ebenda.

<sup>136</sup> Maslaci (2024): Grain and Feed Annual: [www.apps.fas.usda.gov](http://www.apps.fas.usda.gov), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024

Zusätzlich zu den Wetterbedingungen stellen die hohen Produktionskosten ein erhebliches Problem für serbische Landwirte dar. Die Kosten für Saatgut, Düngemittel und andere Betriebsmittel sind stark gestiegen, während gleichzeitig die Getreidepreise auf dem Weltmarkt vergleichsweise niedrig geblieben sind. Diese Kombination führt dazu, dass die Gewinnspannen schrumpfen und die Rentabilität der Betriebe leidet.<sup>137</sup>

Ein weiteres bedeutendes Hindernis für serbische Landwirte ist die Konkurrenz durch preisgünstigere Getreideexporte aus der Ukraine und anderen Ländern. Diese Konkurrenz drückt die Marktpreise und erschwert es serbischen Produzenten, ihre Produkte auf dem internationalen Markt zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten. Der Transport von Getreide stellt ebenfalls eine Herausforderung dar, da infrastrukturelle Probleme, wie begrenzte Transportmöglichkeiten und Engpässe bei Flusswegen, die Exportkapazitäten beeinträchtigen.<sup>138</sup>

### *5.1.3 Obst und Gemüse*

Serbien ist weltweit bekannt für seine Obstproduktion und gehört zu den größten Produzenten und Exporteuren von Himbeeren (Arijlska), Sauerkirschen (Oblachinska) und Pflaumen. Das Land baut seine Produktion von Erdbeeren, Äpfeln und Blaubeeren mit modernen Obstplantagen sowie Verpackungs- und Verarbeitungszentren stetig aus. Dank des günstigen Klimas und viel Sonnenschein können die Früchte mit minimalem Eingriff reifen, was zur hohen Qualität und Beliebtheit der serbischen Obst- und Gemüseprodukte auf den globalen Märkten beiträgt.<sup>139</sup> Im Jahr 2020 belief sich der Wert der Obstexporte Serbiens auf 645 Mio. EUR, mit einem jährlichen Wachstum von 7 % von 2010 bis 2020. Mit einem Anteil von fast 32 % an den weltweiten Exporten von gefrorenen Beerenfrüchten wie Himbeeren und Brombeeren ist Serbien, neben Polen und Chile, einer der führenden Anbieter.<sup>140</sup>

Serbien bemüht sich, neue Märkte für den Obst- und Gemüsesektor zu erschließen. Im Jahr 2023 gingen die Exporte von Obst und Gemüse aus Serbien um fast 110 Mio. USD zurück und beliefen sich auf rund 1,2 Mrd. USD. Hauptursachen für diesen Rückgang waren geringere Exporte nach Russland, die Inflation und ein allgemeiner Konsumrückgang in großen Märkten.<sup>141</sup>

Trotz dieser Herausforderungen gibt es positive Aussichten, wenn Serbien neue Exportmärkte wie das Vereinigte Königreich, Saudi-Arabien und den Nahen Osten erschließt.

---

<sup>137</sup> Maslac (2024): Grain and Feed Annual: [www.apps.fas.usda.gov](http://www.apps.fas.usda.gov), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024.

<sup>138</sup> Ebenda.

<sup>139</sup> AGRO Belgrade (2024): FRUIT GROWING IN SERBIA: [www.agrobelgrade.com](http://www.agrobelgrade.com), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024

<sup>140</sup> Ebenda.

<sup>141</sup> Big Small Businesses (2024): Intense Work on Entering New Markets for the Serbian Fruit and Vegetable Sector: [www.velikamalaprivreda.rs](http://www.velikamalaprivreda.rs), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024

Wichtig sind die Professionalisierung der Produktion und eine bessere Marktintegration, besonders in den Kanälen für frische Produkte in der EU.<sup>142</sup>

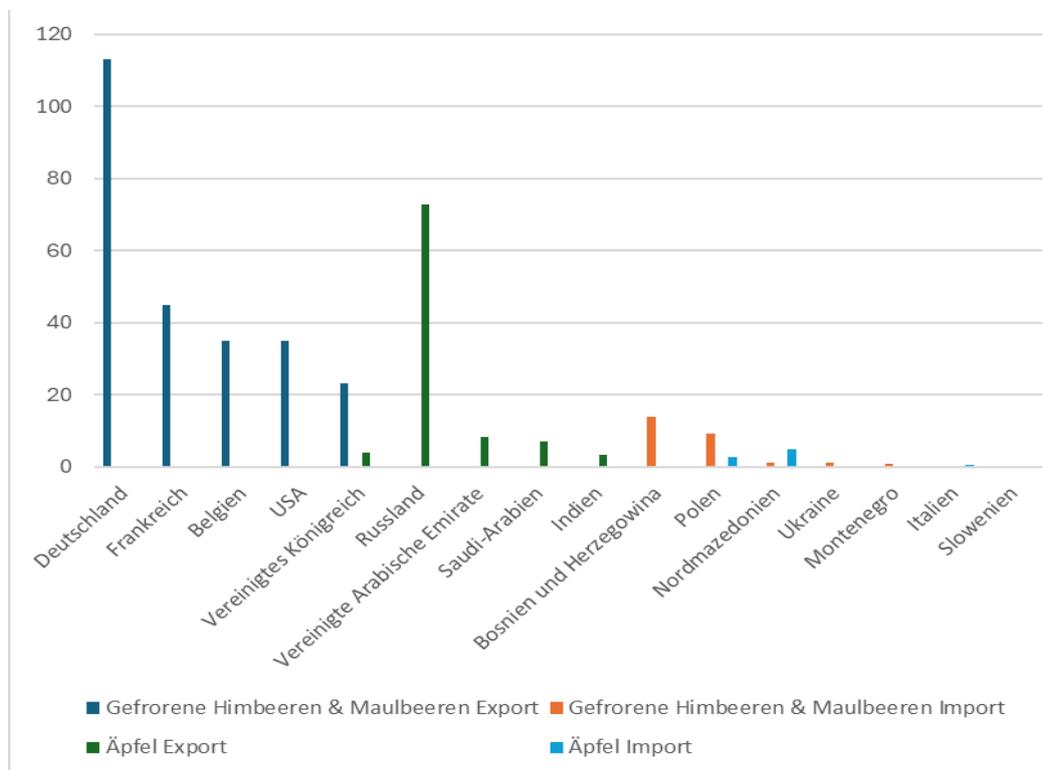


Abbildung 13: Obstim- und -exporte Serbiens (2022)

Quelle: OEC World (2024)

Besonders erfolgreich sind auch die Exporte von frischen Äpfeln (110,5 Mio. EUR im Jahr 2020) und frischen Blaubeeren und Erdbeeren, deren Exportwerte auf 16,8 Mio. bzw. 15 Mio. EUR im gleichen Jahr gestiegen sind. Der Erfolg der Exporte wird durch erhebliche Investitionen in Ausrüstung, Infrastruktur und die Einhaltung von Qualitätsstandards unterstützt, was die Zuverlässigkeit und Qualität der serbischen Produkte gewährleistet.<sup>143</sup>

Serbien exportierte im Jahr 2022 gefrorene Himbeeren und Maulbeeren im Wert von 390 Mio. USD und war damit der größte Exporteur weltweit. Davon gingen 113 Mio. USD an Deutschland. Beim Export frischer Äpfel war Serbien der zwölftgrößte Exporteur mit einem Exportwert von 108 Mio. USD. Davon war der größte Teil, mit 72,7 Mio. USD Export, nach Russland.<sup>144</sup>

<sup>142</sup> Big Small Businesses (2024): Intense Work on Entering New Markets for the Serbian Fruit and Vegetable Sector: [www.velikamalaprivreda.rs](http://www.velikamalaprivreda.rs), zuletzt aufgerufen am 24.09.2024

<sup>143</sup> Ebenda.

<sup>144</sup> OEC World (2024): Raspberries, Mulberries, etc. (Frozen, Uncooked/Steamed/Boiled) in Serbia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt abgerufen am 24.09.2024; OEC World (2024): Apples (Fresh) in Serbia: [www.oec.world](http://www.oec.world), zuletzt abgerufen am 04.10.2024

#### 5.1.4 Milch und Milchprodukte

Der Markt für Milchprodukte in Serbien wird voraussichtlich bis zum Jahr 2028 etwa 780 Mio. EUR erreichen, gegenüber rund 750 Mio. EUR im Jahr 2023. Dies entspricht einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 0,6 %. Seit dem Jahr 2019 verzeichnet der serbische Markt ein stetiges Wachstum von jährlich 2,7 %.<sup>145</sup>

Im Jahr 2023 war Serbien der 21. größte Produzent von Milchprodukten, wobei Ungarn mit demselben Produktionswert von 710 Mio. EUR knapp davor lag.<sup>146</sup> Es wird erwartet, dass Serbiens Produktion von Milchprodukten bis zum Jahr 2028 auf rund 740 Mio. EUR ansteigt, verglichen mit 710 Mio. EUR im Jahr 2023, was einer jährlichen Wachstumsrate von 0,6 % entspricht. Von 2019 bis 2024 ist die serbische Milchproduktion um durchschnittlich 2,8 % pro Jahr gestiegen.<sup>147</sup>

Die Milchproduktion in Serbien umfasst etwa 450.000 Milchkühe, die jährlich rund 1,5 Mrd. l Milch produzieren und somit eine bedeutende Rolle auf dem regionalen Milchmarkt spielen. Von dieser Menge werden etwa 1,2 Mrd. l Milch jährlich verarbeitet. Die serbischen Molkereien produzieren dabei etwa 80.000 t Käse pro Jahr, wobei die hohe Qualität der Käsesorten sowohl im Inland als auch international anerkannt ist.<sup>148</sup> Neben der Käseproduktion stellt Serbien jährlich rund 30.000 t Milchpulver und Molke her, die in verschiedenen Lebensmittel- und Ernährungsindustrien eine wichtige Rolle spielen.<sup>149</sup>

Zu den wichtigsten Unternehmen der serbischen Milchindustrie gehören Imlek, das größte Molkereiunternehmen des Landes, bekannt für sein breites Sortiment an Milchprodukten, und Sabac Dairy, das sich auf die Käse- und Milchproduktion spezialisiert hat. Weitere bedeutende Akteure sind die Molkerei Subotica, Farm Land, die auf nachhaltige Milchwirtschaft setzt, und Mlekara Sabac, bekannt für seine hochwertigen Milchprodukte.<sup>150</sup>

Serbien verfügt zudem über eine Reihe bedeutender Milchviehbetriebe, darunter die Petrović Dairy Farm, bekannt für fortschrittliche landwirtschaftliche Praktiken, sowie Jovanović Dairy und Vuković Dairy Agriculture.<sup>151</sup>

Jährlich exportiert das Land rund 60.000 t Milchprodukte, insbesondere Käse und Milchpulver, und es importiert etwa 50.000 t, hauptsächlich aus benachbarten EU-Ländern.<sup>152</sup> Im Jahr 2023 belegte Serbien weltweit den 23. Platz im Verkauf von

---

<sup>145</sup> ReportLinker (2024): Serbia Dairy Products Industry Outlook 2024 – 2028: [www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com), zuletzt aufgerufen am 25.09.2024

<sup>146</sup> Ebenda.

<sup>147</sup> Ebenda.

<sup>148</sup> DairyNews (2024): Dairy Industry in Serbia: A Comprehensive Overview: [www.dairynews.today](http://www.dairynews.today), zuletzt aufgerufen am 25.09.2024

<sup>149</sup> Ebenda.

<sup>150</sup> Ebenda.

<sup>151</sup> Ebenda.

<sup>152</sup> Ebenda.

Milchprodukten, knapp hinter der Slowakei mit demselben Umsatz von 750 Mio. EUR. Deutschland, Italien und die Niederlande führten die Liste an.<sup>153</sup>

Im Jahr 2022 exportierte Serbien Milch im Wert von 19,2 Mio. USD. Die wichtigsten Bestimmungsländer waren Montenegro (7,1 Mio. USD), Nordmazedonien (5,5 Mio. USD), Albanien (3,5 Mio. USD) und Bulgarien (2,2 Mio. USD). Im gleichen Jahr importierte Serbien Milch im Wert von 52,8 Mio. USD. Die Hauptherkunftsländer waren Slowenien (13,5 Mio. USD), Bosnien und Herzegowina (12,2 Mio. USD), Ungarn (7,7 Mio. USD), Kroatien (5,9 Mio. USD) und Polen (5,7 Mio. USD).<sup>154</sup>

Der serbische Milchmarkt hat erhebliche Veränderungen erlebt. Dies umfasst Marktexpansionen in Nachbarländer und die EU, Investitionen in technologische Verbesserungen der Milchverarbeitung, Anpassungen an EU-Standards zur Steigerung der Produktqualität und Initiativen zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaft.<sup>155</sup>

#### *5.1.5 Verarbeitete Konsumgüter*

Der Markt für verarbeitete Konsumgüter in Serbien wächst kontinuierlich, angetrieben durch die steigende Nachfrage nach modernen Produkten und den Ausbau der Produktionskapazitäten. Dieser Markt umfasst eine Vielzahl von Kategorien, darunter Fleisch, Milchprodukte, verpackte Lebensmittel und Getränke. Die zunehmende Kaufkraft der Bevölkerung sowie die Integration Serbiens in internationale Handelsbeziehungen bieten Potenzial für weiteres Wachstum.

Die Entwicklung bei Online-Lieferungen deutet auf eine stärkere Akzeptanz von verarbeiteten Lebensmitteln bei serbischen Konsumenten hin. Für das Jahr 2024 wird im Bereich der Online-Lebensmittellieferungen in Serbien ein Umsatz von etwa 106,6 Mio. USD erwartet, was den wachsenden Bedarf an Fertig- und verarbeiteten Lebensmitteln widerspiegelt. Einfluss haben hier Bequemlichkeit und Zeitersparnis, die insbesondere in städtischen Gebieten die Nachfrage nach verpackten und verarbeiteten Lebensmitteln fördern.<sup>156</sup>

Die Produktion von verarbeiteten Lebensmitteln in Serbien ist gut entwickelt und stark diversifiziert. Besonders die Herstellung von Obst- und Gemüsekonserven spielt eine bedeutende Rolle.<sup>157</sup> Die verarbeitende Industrie in Serbien profitiert von staatlichen Förderprogrammen und Investitionen in neue Technologien. Dies beflügelt die Nachfrage

---

<sup>153</sup> ReportLinker (2024): Serbia Dairy Products Industry Outlook 2024 – 2028: [www.reportlinker.com](http://www.reportlinker.com), zuletzt aufgerufen am 25.09.2024

<sup>154</sup> Ebenda.

<sup>155</sup> DairyNews (2024): Dairy Industry in Serbia: A Comprehensive Overview: [www.dairynews.today](http://www.dairynews.today), zuletzt aufgerufen am 25.09.2024

<sup>156</sup> Statista (2024): Online Food Delivery – Serbia: [www.statista.com](http://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 26.09.2024

<sup>157</sup> EuroMonitor (2023): Processed Fruit and Vegetables in Serbia: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com), zuletzt aufgerufen am 26.09.2024

nach Maschinen und Produktionsanlagen und unterstützt das Wachstum der Konsumgüterindustrie.<sup>158</sup>

In der Süßwarenindustrie liegt Serbien im Bereich des starken Wettbewerbs. Für die Exportpotenzialbewertung des serbischen Süßwarenmarktes wird Deutschland als der attraktivste Exportmarkt für das Jahr 2028 eingestuft, gefolgt von Bosnien und Herzegowina, Rumänien und Polen.<sup>159</sup>

Die Marktgröße der Schokoladen- und Süßwarenproduktion in Serbien beträgt im Jahr 2024 etwa 336,4 Mio. EUR. In diesem Jahr gibt es 85 Unternehmen in dieser Branche, was einem jährlichen Rückgang von 0,9 % zwischen den Jahren 2019 und 2024 entspricht.<sup>160</sup>

Von 2019 bis 2024 hat die Marktgröße der Schokoladen- und Süßwarenproduktion in Serbien mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 8,1 % zugenommen.<sup>161</sup>

Zu den wichtigsten Trends gehören der wachsende Fokus auf gesündere, naturbelassene Produkte und die steigende Nachfrage nach pflanzlichen Alternativen. Verbraucher legen immer mehr Wert auf Qualität und nachhaltige Herstellungsmethoden, was das Angebot an biologischen und umweltfreundlichen Konsumgütern erhöht.<sup>162</sup> Zu den größten

Unternehmen auf dem serbischen Markt der Schokoladen- und Süßwarenproduktion gehören Ferrero International SA, Mars Inc. und HARIBO GmbH & Co. KG, wobei Ferrero International SA den größten Marktanteil hält. Das Wettbewerbsniveau in dieser Branche gilt als moderat und stabil.<sup>163</sup>

### 5.1.6 Getränke

Das Segment der alkoholfreien Getränke in Serbien, insbesondere der Erfrischungsgetränke, wird voraussichtlich jährlich um 2,5 % wachsen und bis zum Jahr 2029 ein Marktvolumen von rund 468,3 Mio. USD erreichen. Dieses Wachstum wird auf das steigende Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher zurückgeführt, die zunehmend nach zuckerarmen und natürlichen Getränkeoptionen suchen.<sup>164</sup>

Der Biermarkt ist ein bedeutender Teil des serbischen Sektors für alkoholische Getränke. Bis zum Jahr 2029 wird eine bescheidene Wachstumsrate von 0,4 % prognostiziert, was einem Marktvolumen von 1,1 Mrd. EUR entspricht. Lokale Brauereien spielen eine wichtige Rolle

---

<sup>158</sup> Gaber (2022): Branchen | Serbien | Maschinenbau: Markttrends: [www.gtai.de](http://www.gtai.de), zuletzt aufgerufen am 26.09.2024

<sup>159</sup> 6Wresearch (2024): Serbia Confectionery Market (2024-2030) | Industry, Forecast, Revenue, Share, Value, Outlook, Size, Analysis, Companies, Growth, Trends & Segmentation: [www.6wresearch.com](http://www.6wresearch.com), zuletzt aufgerufen am 26.09.2024

<sup>160</sup> IBISWorld (2024): Chocolate & Confectionary Production in Serbia – Market Size, Industry Analysis, Trends and Forecasts (2024-2029): [www.style.ibisworld.com](http://www.style.ibisworld.com), zuletzt aufgerufen am 26.09.2024

<sup>161</sup> Ebenda.

<sup>162</sup> EuroMonitor (2023): Processed Fruit and Vegetables in Serbia: [www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com), zuletzt aufgerufen am 26.09.2024

<sup>163</sup> Ebenda.

<sup>164</sup> Statista (2024): Soft Drinks – Serbia: [www.statista.com](http://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 27.09.2024

auf diesem Markt, und es gibt einen wachsenden Trend zu handwerklich hergestellten Bieren und Premiumbieren, die anspruchsvollere Verbraucher ansprechen.<sup>165</sup>

Die Konsumgewohnheiten auf dem serbischen Getränkemarkt zeigen eine starke Präferenz für traditionelle Getränke wie Rakija und verschiedene lokale Weine. Diese traditionellen Getränke werden häufig bei gesellschaftlichen und kulturellen Veranstaltungen konsumiert. Auch die Nachfrage nach alkoholfreien Alternativen wie aromatisierten Wässern und Energydrinks nimmt deutlich zu, vor allem bei der jüngeren Bevölkerung.<sup>166</sup>

Die Zahl der Unternehmen im serbischen Getränkehandel ist zurückgegangen und wird sich bis zum Jahr 2024 auf 48 Unternehmen belaufen. Dies deutet auf einen Konsolidierungstrend hin, bei dem größere Unternehmen den Markt beherrschen, die eine große Produktvielfalt anbieten und auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Verbraucher eingehen.<sup>167</sup>

## **5.2 Orientierungspreise der Produkte im Markt**

Die aktuellen Lebensmittelpreisdaten in Serbien zeigen einen ähnlichen Trend wie in anderen Ländern der Region. Im Jahr 2024 stiegen die Preise weiter an, obwohl sich die Inflation insgesamt verlangsamt. Die Lebensmittelpreise haben seit dem Jahr 2020 einen Anstieg von etwa 20 bis 35 % erfahren. Diese Entwicklung ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen, darunter klimabedingte Herausforderungen wie Dürreperioden, der russische Angriffskrieg auf die Ukraine sowie steigende Kosten für Importe.<sup>168</sup>

In Serbien variieren die Lebensmittelpreise stark je nach Region. In städtischen Gebieten wie Belgrad sind die Preise aufgrund höherer Nachfrage und größerer Kaufkraft in der Regel deutlich höher als in ländlichen Gegenden.

Ein weiterer bedeutender Aspekt der Preisgestaltung ist der starke Einfluss von Importen, insbesondere für Produkte wie Meeresfrüchte und Spezialnahrungsmittel, die Serbien nicht in ausreichendem Maße selbst produzieren kann. Trotz der Preissteigerungen bleibt Serbien ein vergleichsweise günstiges Land für Nahrungsmittel im europäischen Vergleich.

---

<sup>165</sup> Statista (2024): Beer – Serbia: [www.statista.com](https://www.statista.com), zuletzt aufgerufen am 27.09.2024

<sup>166</sup> GlobalData (2024): Serbia Beverages Consumption Trends and Forecasts Tracker, Q1 2024: [www.globaldata.com](https://www.globaldata.com), zuletzt aufgerufen am 27.09.2024

<sup>167</sup> IBISWorld (2024): Drink Retailing in Serbia - Market Size, Industry Analysis, Trends and Forecasts (2024-2029): [www.ibisworld.com](https://www.ibisworld.com), zuletzt aufgerufen am 30.09.2024

<sup>168</sup> Trading Economics (2024): Serbia Inflation Rate, <https://tradingeconomics.com>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024.

Tabelle 4: Übersicht Lebensmittelpreise in Serbien

|                          | Produkt                  | RSD pro kg       | EUR pro kg        |
|--------------------------|--------------------------|------------------|-------------------|
| Fleisch-<br>produkte     | Schweinefleisch          | 1.000,00         | 8,50              |
|                          | Rind                     | 1.238,31         | 10,58             |
|                          | Hühnerbrust              | 742,03           | 6,34              |
|                          | Lachs                    | 2.500,00         | 21,25             |
| Tierische<br>Produkte    | Eier                     | 276,24/12 Stück  | 2,36 EUR/12 Stück |
|                          | Milch                    | 144,33 RSD/l     | 1,23 EUR/l        |
|                          | Butter                   | 1.288,00         | 11,20             |
|                          | Käse                     | 967,76           | 8,27              |
| Obst                     | Äpfel                    | 118,40           | 1,01              |
|                          | Bananen                  | 187,08           | 1,60              |
| Gemüse                   | Karotten                 | 120,00           | 1,03              |
|                          | Kohl                     | 100,00           | 0,85              |
|                          | Paprika                  | 150,00           | 1,28              |
|                          | Tomaten                  | 214,11           | 1,83              |
|                          | Gurke                    | 64,00            | 0,55              |
|                          | Kartoffeln               | 111,91           | 0,96              |
|                          | Zwiebeln                 | 104,40           | 0,89              |
| Brot und<br>Backwaren    | Brot                     | 166,66           | 1,42              |
|                          | Zucker                   | 120,00           | 1,02              |
|                          | Mehl                     | 0,88             | 0,75              |
| Sonstige                 | Öl                       | 205 RSD/l        | 1,74 EUR/l        |
|                          | Reis                     | 253,92           | 2,17              |
|                          | Nudeln                   | 210,00           | 1,80              |
| Getränke                 | Cola                     | 200,11 RSD/0,33l | 1,71 EUR/0,33l    |
|                          | Säfte                    | 145,00 RSD/l     | 1,23 EUR/l        |
|                          | Abgefülltes Wasser       | 147,12 RSD/0,33l | 1,26 EUR/1,5l     |
| Alkoholische<br>Getränke | Wein                     | 700,00 RSD/l     | 5,98 EUR/l        |
|                          | Importbier               | 300,00 RSD/0,33l | 2,56 EUR/0,33l    |
|                          | Lokal hergestelltes Bier | 265,00 RSD/0,50l | 2,26 EUR/0,50l    |

Quelle: Numbeo (2024)

### 5.2.1 Erzeugerpreise

Die Erzeugerpreise in Serbien liegen derzeit im Vergleich zu den Preisen in der EU unterhalb des EU-Durchschnitts. Laut aktuellen Berichten zeigen die Erzeugerpreise für landwirtschaftliche und industrielle Produkte in Serbien signifikante Unterschiede im Vergleich zu den Preisen in den EU-Mitgliedstaaten. Insbesondere sind die Preise für

landwirtschaftliche Produkte in Serbien im Jahr 2023 um 7,1 % im Vergleich zum Vorjahr 2022 gestiegen, jedoch bleibt das Preislevel in Serbien trotzdem niedriger als der EU-Durchschnitt. Erzeugerpreise in Serbien zeigen hingegen eine ähnliche Volatilität im Vergleich zu den EU-Preisen. Während einige EU-Länder von stabilen Preiserhöhungen profitierten, war Serbien häufig mit größeren Preisschwankungen konfrontiert, was auf die strukturellen Herausforderungen des serbischen Landwirtschaftssektors hinweist. Im Jahr 2024 verzeichneten die Erzeugerpreise für landwirtschaftliche und fischereiliche Produkte einen Rückgang von durchschnittlich 12,4 % im Vergleich zum Vorjahr 2023. Besonders stark war der Rückgang der Preise für Getreide und Industriepflanzen, die um 28,3 % und 15,5 % fielen.<sup>169</sup>

### *5.2.2 Importpreise*

In Serbien ist der Import von Lebensmitteln ein wichtiger Bestandteil der nationalen Ernährungssicherheit und des Lebensmittelmarktes. Im Jahr 2022 beliefen sich die gesamten Lebensmittelimporte auf etwa 4,5 Mrd. EUR, was im Vergleich zu den Vorjahren 2020 und 2021 einen signifikanten Anstieg darstellt. Diese Entwicklung ist auf mehrere Faktoren zurückzuführen, darunter eine steigende Nachfrage nach vielfältigen und hochwertigen Lebensmitteln, die durch die heimische Produktion nicht gedeckt werden kann. Ein großer Teil dieser Importe stammt aus der EU, die Serbien mit einer breiten Palette an landwirtschaftlichen Produkten versorgt.<sup>170</sup>

Die Entwicklung der Importpreise in Serbien zeigt einen kontinuierlichen Anstieg, insbesondere seit dem Jahr 2021. Während die Erzeugerpreise für viele Produkte gesunken sind, sind die Importpreise durch weltweite Marktbedingungen, steigende Transportkosten und die allgemeine Inflation in der EU gestiegen. Laut einer Analyse des Statistischen Amtes der Republik Serbien stiegen die Importpreise vor allem für wichtige Lebensmittelkategorien wie Obst und Gemüse sowie für Getreideprodukte. Die Preissteigerungen in Serbien liegen deutlich über dem Durchschnitt der EU. Im Jahr 2022 stiegen die Nahrungsmittelpreise in der EU im Durchschnitt um 8 %. Im Gegensatz dazu verzeichnete Serbien eine Inflationsrate von 12 % für Lebensmittel im selben Jahr.<sup>171</sup>

Ein Blick auf die Importstruktur zeigt, dass Serbien stark von landwirtschaftlichen Importen abhängig ist. Ein Großteil der importierten Nahrungsmittel stammt aus EU-Ländern, insbesondere aus Ungarn, Österreich und Deutschland. Diese Abhängigkeit von Importen stellt ein Risiko für die nationale Ernährungssicherheit dar.

---

<sup>169</sup> Statistical Office of the Republic of Serbia (2024): Indices of producer prices of agricultural and fishing products, March 2024: <https://publikacije.stat.gov.rs>, zuletzt aufgerufen am 04.10.2024

<sup>170</sup> Ebenda.

<sup>171</sup> Ebenda.

Im Kontext der EU ist zu beachten, dass Serbien als Nicht-EU-Mitgliedsland somit nicht die gleichen Preisvorteile genießen kann, die EU-Länder durch die gemeinsame Agrarpolitik erhalten. Dennoch hat Serbien von den Handelsabkommen und der geografischen Nähe zur EU profitiert, was den Import von Lebensmitteln erleichtert.

### 5.3 Distributionswege und Marktanteile

In Serbien sind die Distributionswege und die Marktanteile der Lebensmittelketten stark von großen Einzelhandelsunternehmen geprägt, die einen dominierenden Einfluss auf den Markt ausüben. 80 % des Marktes werden von ausländischen Einzelhandelsketten kontrolliert. Die belgische Kette Delhaize sowie die kroatische Fortenova-Gruppe sind führend in diesem Sektor. Aber auch die deutsche Schwarz-Gruppe expandiert auf den serbischen Markt.<sup>172</sup> Zudem expandiert die griechische Kette Super Vero im serbischen Lebensmitteleinzelhandel. Die inländischen Einzelhandelsketten machen nur etwa 20 % des Marktes aus, darunter Dis, Univerexport und Gomex. Trotz dieser Dominanz der großen Einzelhandelsketten werden noch immer über 50 % der Lebensmittel in kleineren Lebensmittelgeschäften verkauft, deren Anzahl auf etwa 30.000 geschätzt wird.<sup>173</sup>

**Tabelle 5: Übersicht Lebensmitteleinzelhandel in Serbien**

|                                 |  |               |                               |
|---------------------------------|--|---------------|-------------------------------|
| <b>Ausländische Unternehmen</b> | Delhaize Serbia (Maxi, Shop & Go, Tempo) | 30,6 %        | Supermärkte, Großmärkte       |
|                                 | Mercator-S (Idea, Roda)                  | 26,0 %        | Groß- und Einzelhandelsmärkte |
|                                 | Vero                                     | 5,0 %         | Lebensmittelmärkte            |
|                                 | Lidl                                     | 9,0 %         | Discounter                    |
|                                 | METRO                                    | 3,0 %         | Großmärkte                    |
|                                 |  | 5,0 %         |                               |
|                                 |  | <b>78,6 %</b> |                               |
|                                 |  | 9,0 %         |                               |
|                                 | Gomex                                    | 7,0 %         | Kleine Lebensmittelmärkte     |
|                                 | Univerexport                             | 5,0 %         | Lebensmittelmärkte            |
|                                 |  | <b>21,0 %</b> |                               |

Quelle: European Supermarket Magazine (2018)

Die serbische Einzelhandelslandschaft hat sich seit der Privatisierung staatlicher Einzelhandelsbetriebe stark verändert. Große ausländische Investoren investieren in den

<sup>172</sup> LLOYDS BANK (2024): The distribution network in Serbia: <https://www.lloydsbanktrade.com>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

<sup>173</sup> Development Agency of Serbia (2019): Agri-Food Industry: <https://ras.gov.rs/en/sector/agri-food-industry>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

Markt, was zu einer erhöhten Marktkonzentration geführt hat. Diese Veränderungen haben jedoch auch zu höheren Lebensmittelpreisen geführt, da die Margen aufgrund des begrenzten Wettbewerbs im Einzelhandel erheblich gestiegen sind. Die Hauptvertriebskanäle für Lebensmittel in Serbien sind Supermärkte und kleine lokale Geschäfte. Schätzungen zufolge gibt es in Serbien zwischen 20.000 und 30.000 Verkaufsstellen im Lebensmittelbereich, die eine wichtige Rolle in der Nahrungsmittelversorgung des Landes spielen. Mit erhöhter Preisinflation haben sich auch die Einkaufsgewohnheiten der Verbraucher verändert. Supermärkte und Discounter gewinnen zunehmend an Bedeutung, während traditionelle Märkte und lokale Geschäfte weiterhin eine wichtige Rolle spielen.<sup>174</sup>

Der serbische Markt für den Online-Verkauf von Lebensmitteln wird bis zum Jahr 2024 voraussichtlich einen Umsatz von 53,2 Mio. USD (49,5 Mio. EUR) erreichen und macht damit 5,7 % des gesamten E-Commerce-Marktes in Serbien aus. In den kommenden Jahren wird weiteres Wachstum erwartet, mit einer prognostizierten durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von 15,8 % für den Zeitraum von 2024 bis 2028. Der Online-Anteil am gesamten Lebensmittelmarkt in Serbien beträgt derzeit etwa 1,0 %. Dies bedeutet, dass nur ein sehr kleiner Teil der Lebensmittelkäufe über das Internet abgewickelt wird.<sup>175</sup> Die Internetnutzung ist in städtischen Gebieten hoch, während in ländlichen Regionen die Abdeckung und Nutzung noch eingeschränkt sein können. Schätzungen zufolge nutzen rund 75 – 80 % der Serben regelmäßig das Internet. Insbesondere während der COVID-19-Pandemie gab es einen deutlichen Anstieg der Nachfrage nach Online-Lebensmittellieferungen, was das Interesse der Verbraucher an digitalen Einkaufsplattformen erhöhte.<sup>176</sup>

#### **5.4 Verbrauchernachfrage und Trends**

Die serbische Küche ist reich und vielfältig, geprägt von den kulinarischen Traditionen und historischen Einflüssen des Byzantinischen und Osmanischen Reiches sowie der Nachbarländer. Typische Gerichte wie Sarma (Kohlrouladen mit Fleisch und Reis), Ćevapi (gegrillte Hackfleischröllchen), Pljeskavica (Fleischpatties) und Gibanica (eine Teigtorte mit Käse und Eiern) sind fester Bestandteil der nationalen Küche. Die kulinarischen Traditionen variieren jedoch je nach Region. In Vojvodina sind beispielsweise ungarische Einflüsse deutlich spürbar, während in Šumadija die Gerichte einfacher und stärker auf saisonale Produkte ausgerichtet sind. Die Zubereitungsarten und Zutaten hängen oft von den landwirtschaftlichen Gegebenheiten der jeweiligen Region ab.

---

<sup>174</sup> European Supermarket Magazine (2018): Top 10 Serbian Retailers Hold 55% Of Undersaturated Market: <https://www.esmmagazine.com>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

<sup>175</sup> Ecommercedb(2024): Grocery market in Serbia: <https://ecommercedb.com>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

<sup>176</sup> Euromonitor (2022): Retail in Serbia: <https://www.euromonitor.com>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

Traditionelle Getränke spielen ebenfalls eine wichtige Rolle in der serbischen Kultur. Rakija, ein starker Obstbrand aus Pflaumen oder Trauben, ist besonders beliebt und begleitet oft festliche Anlässe. Auch Wein hat eine lange Tradition, besonders in Vojvodina, wo Sorten wie Prokupac und Vranac angebaut werden. Türkischer Kaffee wird oft in geselliger Runde genossen, während frisch gepresste Säfte aus regionalen Früchten ebenfalls weit verbreitet sind.<sup>177</sup>

Trotz dieser tief verwurzelten Traditionen gibt es in Serbien einen wachsenden Trend zu internationalen Küchen und modernen Essgewohnheiten. Vor allem jüngere Generationen greifen vermehrt zu internationalen Gerichten und Fast Food, während ältere Generationen stärker an traditionellen Speisen festhalten. Vegane und vegetarische Optionen gewinnen zwar an Popularität, machen jedoch noch einen geringen Teil der Ernährung aus. Die fleischlastige Küche bleibt in Serbien dominant, wobei weniger als 5 % der Bevölkerung vegetarisch oder vegan leben.<sup>178</sup>

Das Mittagessen ist in Serbien die wichtigste Mahlzeit des Tages und besteht oft aus mehreren Gängen. Diese Mahlzeit ist mehr als bloße Nahrungsaufnahme; sie ist ein soziales Ereignis, bei dem Familie und Freunde zusammenkommen. Im Gegensatz dazu sind Frühstück und Abendessen einfacher gehalten. Das Frühstück besteht typischerweise aus kalten Speisen wie Brot, Käse oder Joghurt, während das Abendessen oft aus den Resten des Mittagessens oder einer leichten Mahlzeit besteht. Diese Essgewohnheiten spiegeln die Bedeutung von familiären Bindungen und Traditionen in der serbischen Kultur wider.<sup>179</sup>

In der serbischen Lebensmittelindustrie stellen junge Erwachsene und Familien die Hauptkonsumentengruppen dar. Diese Gruppen zeigen ein wachsendes Interesse an hochwertigen und nachhaltig produzierten Lebensmitteln. Vor allem in städtischen Gebieten steigt der Konsum von Premiumprodukten, da die Mittelschicht an Kaufkraft gewinnt. Im Gegensatz dazu bleibt die ländliche Bevölkerung oft preissensitiv und greift zu günstigeren Optionen. Biologische und ökologische Produkte gewinnen auf dem EU-Exportmarkt an Bedeutung, während Convenience-Produkte zunehmend im Inland gefragt sind. Trotz dieser Trends bleibt die traditionelle Ernährung stark verwurzelt. Fleisch und tierische Produkte werden weiterhin in großen Mengen konsumiert.

---

<sup>177</sup> Đorđević, J., & Belović, M. (2020): Traditional Serbian Food: Influence of Historical and Cultural Heritage. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 10–18. <https://www.researchgate.net>, zuletzt aufgerufen am 08.10.2024

<sup>178</sup> Radovanović, M. (2020): Vegetarianism and Veganism in Serbia: A Growing Trend. *Journal of Food and Nutrition Research*, 9(5), 45–51. <https://link.springer.com>, zuletzt aufgerufen am 08.10.2024

<sup>179</sup> Popović, D., & Pavlović, Z. (2016): Serbian Culinary Traditions and the Importance of Family Meals. *Ethnologia Balkanica*, 20(3), 77–85. <https://www.en.ekwee.uni-muenchen.de>, zuletzt aufgerufen am 08.10.2024

## 6. Rahmenbedingungen zum Import in Kroatien

### 6.1 Importbestimmungen, Zollverfahren und Umsatzsteuersätze

Seit dem Beitritt Kroatiens zur EU am 1. Juli 2013 ist das Land vollwertiges Mitglied des EU-Binnenmarktes und der Zollunion. Für den Export von Waren aus anderen EU-Ländern nach Kroatien gelten deshalb die gleichen zollrechtlichen Bestimmungen wie innerhalb der gesamten EU. Dies bedeutet, dass beim Warenexport aus EU-Ländern, wie z. B. aus Deutschland, nach Kroatien keine Zollgebühren und Zolldeklarationen erforderlich sind. Dies gilt ebenso für Lieferungen aus Kroatien in andere EU-Staaten. An den Grenzen müssen die Waren nicht mehr gemeldet werden, jedoch ist eine Rechnung beizulegen. Die statistische Erfassung der Einfuhr wird vom Empfänger der Lieferung durchgeführt.

Für Kroatien gelten die gleichen Zölle und Grenzmaßnahmen wie für alle anderen EU-Mitgliedstaaten. Kroatien wendet in allen Bereichen das EU-Zollrecht und den EU-Zolltarif (Harmonisiertes System zur Bezeichnung und Codierung von Waren) an.<sup>180</sup>

Beim Import von Waren aus bestimmten Drittstaaten, die Handelsabkommen mit der EU haben, können Präferenzzölle zur Anwendung kommen. Diese Abkommen ermöglichen eine Zollfreiheit oder reduzierte Zollsätze für Waren mit präferenziellem Ursprung.<sup>181</sup> Folgende Begleitpapiere/Unterlagen sind bei der Verzollung von Waren aus Drittländern nötig:

- Rechnung und andere Handelspapiere (Lieferschein ist nicht zwingend notwendig)
- Deklaration über den Zollwert der Ware
- Ursprungszeugnis der Ware (EUR.1 oder Ursprungsnachweis auf Rechnung oder Lieferschein)
- andere Dokumente wie z. B. besondere Zertifikate
- Transportdokumente, z. B. Internationale Vereinbarung über Beförderungsverträge auf Straßen (CMR), Speditionszulassung, Transportgenehmigungen.

Der allgemeine Mehrwertsteuersatz beträgt 25 % und der ermäßigte Satz 13 % (vornehmlich für Lebensmittel). Dieser Satz gilt für verschiedene Dienstleistungen, die von Schriftstellern, Komponisten und Künstlern erbracht werden, sowie damit verbundene Autorenrechte. Zudem fällt dieser Steuersatz auf Eier, elektrische Energie, frisches oder gekühltes Fleisch, lebende Tiere, Kinderwindeln, lebende oder gekühlte Fische, Krebse und Meeresfrüchte, Obst und Gemüse sowie touristische Dienstleistungen an. Der reduzierte Steuersatz von 5 % wird auf alle Arten von Brot und Milch, auf zugelassene Medikamente und medizinische Produkte sowie bestimmte Bucharten angewendet.<sup>182</sup>

<sup>180</sup> Wirtschaftskammer Österreich (2023): Kroatien: Export und Import: [Kroatien: Export und Import - WKO](#), zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

<sup>181</sup> Zoll (2024): Warenursprung und Präferenzen: [https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Warenursprung-Praeferenzen/warenursprung-praeferenzen\\_node.html](https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Warenursprung-Praeferenzen/warenursprung-praeferenzen_node.html), zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

<sup>182</sup> Wirtschaftskammer Österreich (2023): Kroatien: Export und Import: [Kroatien: Export und Import - WKO](#), zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

## 6.2 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte

Für die Zulassung von Lebensmittel in Kroatien gelten mehrere wichtige Voraussetzungen. Alle Lebensmittel müssen den EU-Standards entsprechen, insbesondere in den Bereichen Lebensmittelsicherheit, Hygiene, Kennzeichnung und Rückverfolgbarkeit.<sup>183</sup> Darüber hinaus müssen Unternehmen die Lebensmittelsicherheit ihrer Produkte nach anerkannten Standards nachweisen. Dazu gehören häufig Zertifizierungen wie der IFS Food Standard oder vergleichbare Normen. Außerdem können Lebensmittel mit geschützten Ursprungsbezeichnungen oder geografischen Angaben besondere EU-Schutzrechte erlangen, wenn sie aus bestimmten geografischen Regionen stammen oder auf traditionelle Weise hergestellt werden. Schließlich gibt es auch nationale Qualitätszertifikate in Kroatien, wie das „Bewährte Qualität Kroatiens“-Siegel, das für bestimmte Lebensmittelprodukte, wie Milch und andere Erzeugnisse, vergeben wird.<sup>184</sup>

Zusätzlich gibt es spezielle Bestimmungen für bestimmte Produktkategorien. So müssen etwa Lebewie und Fleisch EU-Zulassungen und Veterinärkontrollen durchlaufen. Alkoholfreie und alkoholische Getränke, wie Bier, Kaffee, Tabak und Zigaretten, unterliegen der Verbrauchssteuer. Arznei- und Heilmittel sowie Pflanzenschutzmittel erfordern teilweise eine Registrierung beim kroatischen Gesundheitsministerium. Für Pkw und Lkw gelten Sondersteuern und Homologationsanforderungen, während für Waffen eine Genehmigung des kroatischen Verteidigungsministeriums notwendig ist.

## 6.3 Kennzeichnungsvorschriften

Die Kennzeichnung von Lebensmitteln sowie die erforderlichen Mindestangaben auf Verpackungen sind in der gesamten EU einheitlich festgelegt. Diese Regelungen basieren auf der Europäischen Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) (EU) Nr. 1169/2011, die seit dem 13. Dezember 2014 – und für die Nährwertkennzeichnung seit dem 13. Dezember 2016 – gilt. Die Verordnung ist in allen EU-Mitgliedstaaten direkt anwendbar, kann jedoch in bestimmten Aspekten durch nationale Bestimmungen ergänzt oder präzisiert werden.

Alle der genannten Verordnung entsprechenden Pflichtangaben sind an einer gut sichtbaren Stelle deutlich, gut lesbar und gegebenenfalls dauerhaft anzubringen. Für Kroatien ist zu beachten, dass die Kennzeichnung unter anderem in der Amtssprache des Bestimmungslandes erfolgen muss, also auf Kroatisch. Es gelten die folgenden Pflichtangaben nach EU-Vorgaben:

- Bezeichnung des Lebensmittels

---

<sup>183</sup> Europäische Union (2024): Vorschriften für die Kennzeichnung von Lebensmitteln: [https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/general-rules/index\\_de.htm](https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/general-rules/index_de.htm), aufgerufen am 07.10.2024

<sup>184</sup> FAO (2017): Law on Surveillance on quality of the particular products during import and export: <https://www.fao.org/faolex/results/details/en/c/LEX-FAOC106619/>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

- Liste der Zutaten (einschließlich etwaiger Zusatzstoffe)
- Informationen über Allergene
- Menge bestimmter Zutaten
- Mindesthaltbarkeitsdatum/Verwendung bis
- Ursprungsland, falls aus Gründen der Klarheit für die Verbraucher erforderlich
- Name und Anschrift des in der EU niedergelassenen Lebensmittelunternehmens oder des Importeurs
- Nettomenge
- gegebenenfalls besondere Anweisungen für die Aufbewahrung und/oder Anweisungen für die Verwendung
- gegebenenfalls Gebrauchsanleitung
- Alkoholgehalt bei Getränken (falls höher als 1,2 %)
- Nährwertdeklaration.<sup>185</sup>

---

<sup>185</sup> Europäische Union (2024): Vorschriften für die Kennzeichnung von Lebensmitteln: [https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/general-rules/index\\_de.htm](https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/food-labelling/general-rules/index_de.htm), zuletzt aufgerufen am 07.10.2024; BMEL (2023): EU-weit einheitliche Lebensmittel-Kennzeichnung: <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/pflichtangaben/lebensmittelkennzeichnung-wichtigsten-vorgaben-lmiv.html>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

## 7. Rahmenbedingungen zum Import in Serbien

### 7.1 Importbestimmungen, Zollverfahren und Umsatzsteuersätze

Serbien ist EU-Beitrittskandidat und Vertragspartei mehrerer Handelsabkommen. Das Land zieht Vorteile aus bestehenden Abkommen mit der EU, der Eurasischen Wirtschaftsunion, der Europäischen Freihandelsassoziation, dem CEFTA sowie der Türkei und China. Sollte Serbien der EU beitreten, wäre es jedoch verpflichtet, bestehende Freihandelsabkommen zu kündigen.

Grundlage für die Einfuhrbestimmungen nach Serbien bildet das im Jahr 2019 erlassene Zollgesetz. Dieses unterscheidet zwischen dem Normalverfahren, der Überlassung zum zollrechtlich freien Verkehr und den sogenannten besonderen Zollverfahren. Diese besonderen Verfahren umfassen gemäß Artikel 183 folgende Kategorien:

- Versand (Transit): externe und interne Versandverfahren
- Lagerung: Zolllager und Freizonen
- Verwendung: vorübergehende Verwendung und Einfuhr zur besonderen Verwendung
- Veredelung: aktive und passive Veredelung.

Soll eine importierte Ware in Serbien verbleiben, wird das Normalverfahren „Überlassung zum zollrechtlich freien Verkehr“ angewendet. Dieses Verfahren umfasst:

- Abgabe der Zollanmeldung mittels des Formulars „jedinstvena carinska isprava“
- Annahme und Überprüfung der Anmeldung durch die Zollbehörde, gegebenenfalls auch Kontrolle der Ware und Probenentnahme
- Berechnung und Zahlung der Einfuhrabgaben
- Übergabe der Ware durch die Zollverwaltung.

Die Zollanmeldung kann sowohl in Papierform als auch elektronisch erfolgen. Unternehmen in Serbien müssen sich bei der Zollverwaltung registrieren, um am elektronischen Datenaustausch teilnehmen zu können. Ein Vertreter kann für die Zollabwicklung benannt werden (direkt oder indirekt). Nach Abschluss des Verfahrens gilt die Ware als nicht mehr unter zollamtlicher Überwachung stehend, die Einfuhrabgaben sind entrichtet, und alle handelspolitischen Anforderungen (Lizenzen, Zertifikate) sind erfüllt. Waren, die eingetroffen sind, befinden sich vorerst bis zu 90 Tage in vorübergehender Verwahrung, bis sie einem Zollverfahren unterzogen oder wieder ausgeführt werden.

Der Zollanmeldung sind grundsätzlich folgende Unterlagen beizufügen:

- Fracht- und Versanddokumente
- Handelsrechnung, dreifach, unterschrieben, mit allen handelsüblichen Angaben

- Packliste, soweit keine detaillierte Warenaufstellung in der Rechnung enthalten ist
- Ursprungszeugnis, zweifach (nur auf Verlangen des Importeurs)
- ggf. Präferenznachweis EUR.1, EUR-MED oder Ursprungserklärung auf der Rechnung.

Je nach Warenart kann die Zollverwaltung weitere Warenbegleitdokumente verlangen. Das kann z. B. eine Konformitätsbescheinigung, ein phytosanitäres oder ein veterinäres Zertifikat sein. An die Wareneinfuhr ist in der Regel auch die Erhebung von Zöllen und Einfuhrabgaben geknüpft. Das harmonisierte Zollsystem findet Anwendung, wobei der reale Warenwert (franko Grenze) als Grundlage für die Zollberechnung dient. Aufgrund des im Jahr 2013 in Kraft getretenen Stabilisierungs- und Assoziierungsabkommens zwischen der EU und Serbien können beim Export nach Serbien für eine Vielzahl von Warengruppen Präferenzzölle (Zollsenkung) geltend gemacht werden. Hierzu zählen auch Agrarwaren, Lebensmittel und Getränke mit Ursprung in der EU, die nach Serbien exportiert werden. Viele Produkte des gewerblichen und industriellen Sektors sind grundsätzlich von Zöllen befreit.

Um von den Zollvergünstigungen zu profitieren, muss ein Präferenzursprungsnachweis vorgelegt werden, sei es in Form der Warenverkehrsbescheinigung EUR.1 oder durch eine Ursprungserklärung auf der Rechnung bei bevollmächtigten Exporteuren. Bei Warenwerten bis zu 6.000 EUR ist es nicht erforderlich, ein bevollmächtigter Exporteur zu sein, um eine Ursprungserklärung auf der Rechnung als Präferenznachweis zu nutzen. Der vorgegebene Wortlaut für die Ursprungserklärung muss dabei eingehalten werden.<sup>186</sup>

Neben dem Zoll wird beim Import nach Serbien eine Einfuhrumsatzsteuer von 20 % erhoben. Für bestimmte Waren wie Lebensmittel, medizinische Hilfsmittel, Schulmaterial, Saatgut und Lebewild gilt ein ermäßigter Steuersatz von 8 %. Zusätzlich werden für Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte, wie beispielsweise Tomaten, Paprika, Trauben, Äpfel, Kirschen, Pflaumen und Erdbeeren, häufig Schutzzölle verhängt, die entweder jährlich oder saisonal anfallen. Informationen zu den Produkten, die dem Saisonzoll unterliegen, sowie die Periode, in der sie erhoben werden, finden sich auf der Webseite der Republik Serbien: [www.pravno-informacioni-sistem.rs](http://www.pravno-informacioni-sistem.rs).<sup>187</sup>

Genussmittel wie Kaffee, Alkohol, Zigaretten und Ölderivate unterliegen einer speziellen Verbrauchssteuer und müssen mit Akzise-Marken versehen werden, bevor sie auf den Markt kommen dürfen.<sup>188</sup>

<sup>186</sup> Wirtschaftskammer Österreich (2024): Serbien: Export und Import: [https://www.wko.at/aussenwirtschaft/serbien-export-import#heading\\_importbestimmungen](https://www.wko.at/aussenwirtschaft/serbien-export-import#heading_importbestimmungen), zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

<sup>187</sup> GTAI (2022): Zoll und Einfuhr kompakt – Serbien: <https://www.gtai.de/de/trade/serbien/zoll/zoll-und-einfuhr-kompakt-serbien-565006#toc-anchor--12>, zuletzt aufgerufen am 08.10.2024

<sup>188</sup> Wirtschaftskammer Österreich (2024): Serbien: Export und Import: [https://www.wko.at/aussenwirtschaft/serbien-export-import#heading\\_importbestimmungen](https://www.wko.at/aussenwirtschaft/serbien-export-import#heading_importbestimmungen), zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

## 7.2 Zulassungsvoraussetzungen für Produkte

Für die Zulassung von Lebensmitteln in Serbien müssen bestimmte Anforderungen erfüllt werden. Bei der Einfuhr von lebenden Tieren und Lebensmitteln tierischen Ursprungs müssen Importeure eine Einfuhrgenehmigung beim serbischen Landwirtschaftsministerium beantragen.<sup>189</sup> Außerdem ist es erforderlich, ein Veterinärzeugnis vorzulegen, das im Ausfuhrland ausgestellt wurde und die Gesundheit sowie Seuchenfreiheit der Tiere bestätigt. Zusätzlich müssen lebensmittelverarbeitende Betriebe bei den zuständigen Behörden in Serbien registriert und zugelassen sein. Diese Zulassung setzt in der Regel den Nachweis über die Einhaltung von Hygienestandards und weitere branchenspezifische Vorschriften voraus. Außerdem müssen bei der Einfuhr alle relevanten zollrechtlichen Bestimmungen eingehalten werden, einschließlich der Zollanmeldung und der spezifischen Einfuhrbedingungen.<sup>190</sup>

## 7.3 Kennzeichnungsvorschriften

In Serbien müssen Lebensmittel bestimmten Kennzeichnungsvorschriften entsprechen, um in den Handel aufgenommen werden zu können. Die serbischen Kennzeichnungs- und Etikettierungsvorschriften sind vollständig mit denen der EU harmonisiert. Alle Informationen müssen in serbischer Sprache verfasst sein und vor der Zollabfertigung auf jedem Produkt angebracht sein (oder dieses begleiten).

Die spezifischen Kennzeichnungsvorschriften für Lebensmittel werden durch das Regelwerk zur Deklaration, Kennzeichnung und Werbung von Lebensmitteln (RS OG Nr. 19/17 und 16/18) festgelegt.

Lebensmittelunternehmer müssen entsprechend den Vorschriften sicherstellen, dass Informationen, wie die Bezeichnung des Lebensmittels, das Verfallsdatum, spezielle Lagerungs- und Verwendungsbedingungen sowie Name und Anschrift des Unternehmens, auch auf der Außenverpackung von vorverpackten Lebensmitteln deutlich angegeben sind. Zudem muss das Etikett eine Nährwertdeklaration enthalten, die Kalorien, Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Salz ausweist.<sup>191</sup> Seit Januar 2020 müssen die Etiketten zudem mit einem QR- oder Bar-Code versehen sein.

---

<sup>189</sup> USDA (2022): Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report: <https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food+and+Agricultural+Import+Regulations+and+Standards+Country+Report+Belgrade+Serbia+RB2022-0011.pdf>, zuletzt aufgerufen am 08.10.2024

<sup>190</sup> GTAI (2022): Zoll und Einfuhr kompakt – Serbien: <https://www.gtai.de/de/trade/serbien/zoll/zoll-und-einfuhr-kompakt-serbien-565006#toc-anchor--12>, zuletzt aufgerufen am 08.10.2024

<sup>191</sup> International Trade Administration (2024): Labeling/Marketing Requirements: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/serbia-labelingmarketing-requirements#:~:text=All%20imports%20into%20Serbia%20must,%2C%20and%20pertinent%20consumer%20warnings.>, zuletzt aufgerufen am 07.10.2024

## 8. SWOT-Analyse

### 8.1 Kroatien

| Stärken   | Schwächen  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- hochqualifizierte Fachkräfte</li> <li>- exzellente Anbindung durch ein gut ausgebautes Autobahnnetz</li> <li>- strategisch günstige geografische Lage</li> <li>- rechtliche Sicherheit aufgrund der EU-Mitgliedschaft</li> <li>- relativ niedrige Energiepreise</li> <li>- hohe touristische Nachfrage nach internationalen Markenprodukten</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- vergleichsweise hohe Lohnkosten und nur leicht deregulierter Arbeitsmarkt</li> <li>- Mangel an qualifizierten Arbeitskräften</li> <li>- relativ kleiner Markt, geringe Kaufkraft</li> <li>- schwache Reformwilligkeit</li> <li>- mögliche Sprachbarrieren für deutsche Unternehmen</li> <li>- überdurchschnittlich hohe Erzeugerpreise</li> <li>- Infrastruktur ist in ländlichen Regionen, v. a. auf den Inseln, nur unzureichend vorhanden</li> </ul> |
| Chancen   | Risiken  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- weiterer Ausbau des Energie-, Transport- und Logistiksektors</li> <li>- Zugang zu EU-Fördermitteln</li> <li>- Investitionen in Digitalisierung und Klimaschutz</li> <li>- Reformbeschleunigung durch EU-Auflagen</li> <li>- Vorteile durch Euro-Einführung und Beitritt zum Schengenraum</li> <li>- Trend zu „Fresh Convenience“, Bioprodukten sowie vegetarischen und veganen Alternativen</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- geringe Wachstumsdynamik</li> <li>- vergleichsweise niedrige Investitionen in Forschung und Entwicklung</li> <li>- Abwanderung von Fachkräften</li> <li>- hohe Staats- und Auslandsschulden</li> <li>- übermäßige Abhängigkeit vom Tourismussektor</li> <li>- zunehmender internationaler Wettbewerb im Lebensmittelsektor durch Importe</li> <li>- steigende Umweltauflagen</li> <li>- Inflationsrate liegt über EU-Durchschnitt</li> </ul>            |

## 8.2 Serbien

| Stärken  | Schwächen   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- nahezu zollfreier Handel mit EU und gute logistische Anbindung</li> <li>- attraktive Steuersätze</li> <li>- konkurrenzfähige Lohnkosten</li> <li>- verfügbare und engagierte Arbeitskräfte</li> <li>- Rücküberweisungen der Diaspora fördern den Konsum</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- überschaubarer Binnenmarkt</li> <li>- relativ hohe Arbeitslosigkeit</li> <li>- ausgeprägte Bürokratie</li> <li>- unklare politische Ausrichtung und starke Machtkonzentration unter Präsident Vučić</li> <li>- mögliche Sprachbarrieren für deutsche Unternehmen</li> <li>- zunehmender internationaler Wettbewerb durch Importe</li> <li>- bürokratische Hürden durch fehlende EU-Zugehörigkeit</li> <li>- Infrastruktur ist in ländlichen Regionen nur unzureichend vorhanden</li> </ul> |
| Chancen  | Risiken   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- mittelfristige Perspektive der EU-Integration</li> <li>- EU-Vorbeitrittshilfen, internationale Finanzierungsangebote und staatliche Subventionen</li> <li>- mehrere Freihandelsabkommen</li> <li>- großes Potenzial für erneuerbare Energien, energieeffiziente Lösungen und GreenTech</li> <li>- Rolle als Sourcing- und Nearshoring-Standort</li> <li>- starkes Wachstum des Onlinehandels mit Lebensmitteln</li> <li>- steigende Nachfrage im Biomarktsegment</li> <li>- steigende Abhängigkeit Serbiens von Lebensmittelimporten</li> <li>- steigendes Vertrauen der Bevölkerung in politische Institutionen</li> <li>- wachsendes Interesse der Bevölkerung für internationale Produkte</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Serbien-Kosovo-Konflikt weiter ungelöst</li> <li>- zunehmende innenpolitische Krisen</li> <li>- Fachkräftemangel auf mittelfristiger Sicht nicht auszuschließen</li> <li>- Abhängigkeit von der Autoindustrie</li> <li>- Exporte stark auf EU-Binnenmarkt fokussiert</li> <li>- steigende Umweltauflagen</li> <li>- Inflationsrate liegt über EU-Durchschnitt</li> </ul>   |

## 9. Adressmaterial Kroatien

### 9.1 Staatliche Behörden/Institutionen/Verbände

| <b>Centar Za Sigurnost Hrane (Zentrum für Lebensmittelsicherheit)</b> |  |
|---|--|
| Adresse /<br>Website  | Ulica Ivana Gundulića 36,<br>31000 Osijek,<br>Kroatien<br><a href="http://www.hah.hr/en">www.hah.hr/en</a>   |
| Kontakt   | E-Mail: <a href="mailto:info@hah.hr">info@hah.hr</a><br>Tel.: +385 3 1214 900<br>Fax: +385 3 1214 901  |
| Profil  | Die kroatische Lebensmittelagentur ist eine staatliche Organisation, die verschiedene wissenschaftliche und technische Aufgaben im Bereich der Lebens- und Futtermittelsicherheit wahrnimmt und als nationale Referenzstelle für die Risikobewertung im Bereich der Lebens- und Futtermittelsicherheit fungiert. Dabei stellt sie Informationen, Beratung und Bildung sowie technische Unterstützung für Interessengruppen entlang der Lebensmittelkette bereit. |

| <b>Državni inspektorat (Staatsinspektion)</b> |   |
|---|---|
| Adresse /<br>Website                          | Državni inspektorat<br>Šubićeva 29,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://dirh.gov.hr">dirh.gov.hr</a>                      |
| Kontakt                                       | E-Mail: <a href="mailto:pisarnica.dirh@dirh.hr">pisarnica.dirh@dirh.hr</a><br>Tel.: +385 1 2375 100                                   |
| Profil  | Die kroatische Staatsinspektion ist für alle Inspektionsdienste, z. B. Veterinär-, Gesundheits- und Pflanzenschutzdienste, zuständig. |

| <b>Državni zavod za intelektualno vlasništvo (Staatliches Amt für geistiges Eigentum)</b> |  |
|---|--|
| Adresse /<br>Website  | Državni zavod za intelektualno vlasništvo<br>Ulica grada Vukovara 78,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="https://www.dziv.hr/">https://www.dziv.hr/</a>  |
| Kontakt   | Tel.: +385 1 6106 418<br>Fax: +385 1 6109 660  |
| Profil  | Das Staatliche Amt für geistiges Eigentum erteilt gewerbliche Schutzrechte (Patente, Marken, Designs) und unterstützt gesetzgeberische Aktivitäten. Es bietet zudem Informationen und arbeitet mit Institutionen zur Durchsetzung von Rechten am geistigen Eigentum und zur Förderung von Innovationen zusammen. |

| <b>Gospodarska interesna udruga proizvođača pića Hrvatske (GIUPPH) (Verband der Getränkehersteller)</b> |  |
|---|--|
| Adresse /<br>Website  | Gospodarska interesna udruga proizvođača pića Hrvatske (GIUPPH)<br>Getaldićeva 3,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.giupp.hr/hr/o-udruzenju-3/english/">www.giupp.hr/hr/o-udruzenju-3/english/</a>   |
| Kontakt   | E-Mail: <a href="mailto:giupp@giupp.hr">giupp@giupp.hr</a>   |
| Profil  | Der kroatische Verband der Getränkehersteller vertritt die Interessen seiner Mitglieder. Die Organisation beteiligt sich aktiv an der Ausarbeitung und Verabschiedung von Gesetzen und berät ihre Mitglieder sowie ausländische Unternehmen zu Markttrends und staatlichen/europäischen Beschlüssen. |

| <b>Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu (Agentur für Landwirtschaft und Lebensmittel)</b> |  |
|---|--|
| Adresse / Website   | Vinkovačka cesta 63c,<br>31000 Osijek,<br>Kroatien<br><a href="http://www.hapih.hr">www.hapih.hr</a>   |
| Kontakt   | Abteilung Geschäftsprozessunterstützung<br>E-Mail: <a href="mailto:sppp@hapih.hr">sppp@hapih.hr</a><br>Tel.: +385 3 1275 200   |
| Profil  | Die Schwerpunkte der Agentur liegen auf der Forschung in Agronomie, Pflanzenschutz, Saatgutproduktion, Weinbau, Öl- und Obstproduktion, Viehzucht sowie der Qualitätskontrolle von Milch, Honig und Futtermitteln. Sie trägt zudem zur Lebensmittelsicherheit bei. |

| <b>Hrvatska gospodarska komora (Wirtschaftskammer)</b> |  |
|--|--|
| Adresse / Website                                      | Rooseveltov trg 2,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.hgk.hr/sektor-za-poljoprivredu">www.hgk.hr/sektor-za-poljoprivredu</a>                |
| Kontakt  | E-Mail: <a href="mailto:pisarnica@hgk.hr">pisarnica@hgk.hr</a><br>Tel.: +385 8 0018 52   |
| Profil   | Die kroatische Wirtschaftskammer stellt Marktinformationen zu verschiedenen Sektoren in Kroatien bereit und begleitet Unternehmen bei der Markterschließung. |

| <b>Hrvatska udruga poslodavaca (Arbeitgeberverband)</b> |  |
|---|--|
| Adresse / Website                                       | Radnička Cesta 37,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="https://www.hup.hr/">https://www.hup.hr/</a>   |
| Kontakt   | E-Mail: <a href="mailto:hup@hup.hr">hup@hup.hr</a><br>Tel.: +385 1 4897 555  |
| Profil  | Der kroatische Arbeitgeberverband vertritt und fördert die Rechte und Interessen seiner Mitglieder. Im Fokus stehen u. a. die Lebensmittel- und Getränkeindustrie, die Landwirtschaft, die Viehzucht und die Fischerei. Der Verband verfügt über neun regionale Niederlassungen. |

| <b>Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (Ministerium für Wirtschaft und nachhaltige Entwicklung)</b> |  |
|--|--|
| Adresse / Website  | Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja<br>Ulica grada Vukovara 78,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.mingo.gov.hr">www.mingo.gov.hr</a>                                |
| Kontakt  | E-Mail: <a href="mailto:info@mingo.hr">info@mingo.hr</a><br>Tel.: +385 1 6106 111<br>Fax: +385 1 3717 149  |
| Profil   | Das Ministerium für Wirtschaft und nachhaltige Entwicklung beaufsichtigt das allgemeine Handelsrecht und erlässt nationale Vorgaben für die kroatische Wirtschaft (z. B. Einfuhrbestimmungen). |

| <b>Ministarstvo poljoprivrede (Landwirtschaftsministerium)</b> |   |
|--|---|
| Adresse / Website  | Ministarstvo poljoprivrede<br>Ulica grada Vukovara 78,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://poljoprivreda.gov.hr/">poljoprivreda.gov.hr/</a>   |
| Kontakt  | E-Mail: <a href="mailto:info@mingo.hr">info@mingo.hr</a><br>Tel.: +385 1 6106 111<br>Fax: +385 1 6443 200   |
| Profil   | Das Landwirtschaftsministerium nimmt Verwaltungs- und sonstige Aufgaben in den Bereichen Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft wahr. Es reguliert und erlässt Richtlinien zum Anbau, zur Verwendung von Sorten, zu Düngemitteln, Pflanzenschutzmitteln, zur Pflanzengesundheit sowie zur Zucht von Nutztieren und schreibt Bedingungen für Produktion und Handel vor. |

| <b>Ministarstvo zdravstva (Gesundheitsministerium)</b> |   |
|--|---|
| Adresse /<br>Website                                   | Ministarstvo zdravstva<br>Ksaver 200,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://zdravlje.gov.hr/">zdravlje.gov.hr/</a>  |
| Kontakt  | E-Mail: <a href="mailto:parnuti@miz.hr">parnuti@miz.hr</a><br>Tel.: +385 1 4607 555<br>Fax: +385 1 4677 076   |
| Profil   | Das Gesundheitsministerium kümmert sich um Regelungen zur Förderung der Gesundheit der Bevölkerung. Dabei zertifiziert es auch Lebensmittel, die einem besonderem Ernährungszweck dienen. |

## 9.2 Lebensmitteleinzelhandel

| <b>Kaufland Hrvatska</b> |  |
|--------------------------|--|
| Adresse /<br>Website     | Kaufland Hrvatska<br>Jaruščica 6,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.kaufland.hr">www.kaufland.hr</a>   |
| Kontakt                  | E-Mail: Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: +385 8 0022 3223  |
| Profil                   | Die deutsche Supermarktkette Kaufland, die wie Lidl zur Schwarz-Gruppe gehört, betreibt in Kroatien 42 Verkaufsstellen mit knapp 2.500 Mitarbeitenden und einem Umsatz von 570 Mio. USD. Als Full-Service-Supermärkte bieten die Geschäfte ein umfangreiches Angebot inländischer und ausländischer, v. a. deutscher Produkte an. Die Eigenmarken im Bereich Lebensmittel sind K-Bio, K-Classic, K-Classic baby und K-take it veggie. Der LEH-Marktanteil liegt bei 5 – 10 % |

|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>KONZUM Plus d.o.o.</b> |   |
| Adresse / Website         | KONZUM Plus d.o.o.<br>Ulica Marijana Čavića 1 <sup>a</sup> ,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.konzum.hr">www.konzum.hr</a>   |
| Kontakt                   | E-Mail: <a href="mailto:konzum@konzum.hr">konzum@konzum.hr</a><br>Tel.: +385 8 0040 0000  |
| Profil                    | KONZUM Plus d.o.o. ist Kroatiens größte Supermarktkette mit über 600 Filialen und mehr als 10.000 Mitarbeitenden. Sie gehört zur Fortenova grupa d.d. und bedient täglich über eine halbe Million Kunden. Der Online-Shop wird von 70 % der Kroaten genutzt. Das Unternehmen expandiert auch in Serbien und Bosnien. Die 21 Velpro-Märkte versorgen 20.000 kleine Händler, und die Eigenmarke K Plus bietet ein breites Sortiment an Lebensmitteln und Hygieneartikeln. Der Marktanteil liegt bei 30 %. |

|                   |  |
|-------------------|--|
| <b>KTC d.d.</b>   |  |
| Adresse / Website | KTC d.d.<br>Nikole Tesle 18,<br>48260 Krizevci,<br>Kroatien<br><a href="http://www.ktc.hr">www.ktc.hr</a>  |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:poljoprivreda@ktc.hr">poljoprivreda@ktc.hr</a><br>Tel.: +385 4 8628 507  |
| Profil            | KTC d.d. ist im Groß- und Einzelhandel tätig und betreibt 27 Supermärkte sowie Fachgeschäfte. Neben Lebensmitteln und Haushaltswaren bietet das Unternehmen Tankstellen, Beauty-Studios sowie Catering- und Tourismusdienste. Der LEH-Marktanteil liegt bei unter 3 %, und die Preise sind im mittleren Segment angesiedelt. |

| <b>Lidl Hrvatska</b> |   |
|----------------------|---|
| Adresse / Website    | Lidl Hrvatska<br>Gornja Cibaca 16,<br>20000 Dubrovnik,<br>Kroatien<br><a href="http://www.lidl.hr">www.lidl.hr</a>  |
| Kontakt              | E-Mail: <a href="mailto:kupac@lidl.hr">kupac@lidl.hr</a><br>Tel.: +385 0020 0220  |
| Profil               | Die deutsche LEH-Kette Lidl gehört wie Kaufland zur Schwarz-Gruppe und betreibt in Kroatien 107 Verkaufsstellen mit 3.200 Mitarbeitenden. Sie hält 10 – 20 % des LEH-Marktes und bietet ein umfangreiches Angebot inländischer und ausländischer Produkte. In Kroatien ist Lidl Hrvatska eher ein Full-Service-Supermarkt. Mit steigender Inflation nimmt aber auch die Präsenz der typischen Lidl-Discounter in Kroatien zu. |

| <b>METRO Hrvatska</b> |  |
|-----------------------|--|
| Adresse / Website     | METRO Cash & Carry doo<br>Jankomir 31,<br>10090 Zagreb,<br>Kroatien,<br>E-Mail: <a href="mailto:korporativne.komunikacije@metro-cc.hr">korporativne.komunikacije@metro-cc.hr</a>   |
| Kontakt               | E-Mail: <a href="mailto:info@metro-cc.hr">info@metro-cc.hr</a><br>Tel.: +385 1 3444 515  |
| Profil                | Das deutsche Unternehmen METRO AG eröffnete im Jahr 2001 seinen ersten Großhandelsstandort in Zagreb. Mittlerweile ist das Unternehmen mit zehn Filialen im ganzen Land vertreten. METRO Hrvatska hat sich in Kroatien als führendes Unternehmen im Großhandelsmarkt etabliert, besonders im Bereich der Gastronomie und des Einzelhandels. Der Anbieter verfolgt ein Full-Service-Geschäft, mit einem großen Angebot in- und ausländischer Produkte. Der LEH-Marktanteil liegt bei 3 %. |

| <b>Narodni trgovački lanac d.o.o. (NTL)</b> |  |
|---|--|
| Adresse /<br>Website                        | Narodni trgovački lanac d.o.o. (NTL)<br>Soblinečka 55,<br>10360 Sesvete,<br>Kroatien<br><a href="http://www.ntl.hr">www.ntl.hr</a>   |
| Kontakt                                     | E-Mail: <a href="mailto:tajnica@ntl.hr/ntl@ntl.hr">tajnica@ntl.hr/ntl@ntl.hr</a><br>Tel.: +385 1 6323 400<br>Fax: +385 1 6323 401  |
| Profil                                      | NTL ist eine kroatische LEH-Kette und wurde im Jahr 2008 gegründet. Der Umsatzanteil am kroatischen LEH-Markt beträgt bis zu 5 %. Als Full-Service-Supermärkte bieten die Geschäfte ein umfangreiches Angebot v. a. inländischer Produkte. |

| <b>PLODINE d.d.</b>  |   |
|----------------------|---|
| Adresse /<br>Website | PLODINE d.d.<br>Ružićeva 29,<br>51000 Rijeka,<br>Kroatien<br><a href="http://www.plodine.hr">www.plodine.hr</a>   |
| Kontakt              | E-Mail: Kontaktformular auf der Website<br>Tel.: +385 5 1352 825  |
| Profil               | Die LEH-Kette PLODINE d.d. betreibt 140 Verkaufsstellen, verteilt über das ganze Land, mit mehr als 3.400 Mitarbeitenden und einem Jahresumsatz von 635 Mio. EUR. Das Unternehmen hält zwischen 5 und 10 % des LEH-Marktes. Das Produktangebot ist umfangreich (Full-Service), bestehend v. a. aus inländischen, aber auch ausländischen Waren des mittleren Preissegments. Ein Fokus liegt auf dem Vertrieb von frischem Fleisch sowie von Obst und Gemüse kroatischer Hersteller. |

| <b>SPAR Hrvatska</b> |  |
|----------------------|--|
| Adresse /<br>Website | SPAR Hrvatska<br>Slavonska avenija 50,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.spar.hr">www.spar.hr</a>  |
| Kontakt              | E-Mail: <a href="mailto:info@spar.hr">info@spar.hr</a><br>Tel.: +385 1 2410 900  |
| Profil               | Das österreichische Unternehmen SPAR eröffnete seinen ersten Hypermarkt in Kroatien im Jahr 2005. Mittelweile ist das Unternehmen mit 123 Filialen mit 4.600 Mitarbeitenden im ganzen Land vertreten. Der LEH Billa wurde im Jahr 2017 übernommen. In den Full-Service-Geschäften findet sich ein großes Angebot in- und ausländischer Produkte. Der LEH-Marktanteil liegt bei 12 %. |

| <b>Studenac d.o.o.</b> |  |
|------------------------|--|
| Adresse /<br>Website   | Studenac d.o.o.<br>Cetvrt Ribnjak 17,<br>21310 Omis,<br>Kroatien<br><a href="http://www.studenac.hr">www.studenac.hr</a>   |
| Kontakt                | E-Mail: <a href="mailto:studenac@studenac.hr">studenac@studenac.hr</a><br>Tel.: +385 2 1430 801<br>Fax: +385 2 1430 802  |
| Profil                 | Studenac d.o.o. betreibt 500 Supermärkte, Kioske und Paketshops und beschäftigt 2.500 Mitarbeitende. Der LEH-Marktanteil liegt bei weniger als 5 %. Als Full-Service-Supermarktkette bietet das Unternehmen ein umfangreiches Angebot im mittleren Preissegment. |

| <b>Tommy</b>      |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | Tommy<br>Domovinskog rata 93,<br>21000 Split,<br>Kroatien<br><a href="http://www.tommy.hr">www.tommy.hr</a>   |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:nabava@tommy.hr">nabava@tommy.hr</a><br>Tel.: +385 2 1202 605<br>Fax: +385 2 1202 613   |
| Profil            | Die Tommy-LEH-Kette besteht aus 226 Verkaufsstellen, verteilt über das ganze Land und mit besonderer Konzentration in Dalmatien. Das Unternehmen verzeichnet 4.300 Mitarbeitende. Täglich kaufen in den Geschäften über 200.000 Kunden ein. Das Unternehmen hält zwischen 5 und 10 % des LEH-Marktes. Das Produktangebot ist umfangreich (Full-Service), bestehend v. a. aus inländischen, aber auch ausländischen Waren des günstigen bis mittelteuren Segments. |

### 9.3 Importeure/Hersteller

| <b>Badel 1862 d.d.</b> |  |
|------------------------|--|
| Adresse / Website      | Badel 1862 d.d.<br>Ulica grada Gospića 7,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.badel1862.hr">www.badel1862.hr</a>   |
| Kontakt                | E-Mail: <a href="mailto:badel1862@badel1862.hr">badel1862@badel1862.hr</a><br>Tel.: +385 1 4609 555  |
| Profil                 | Badel 1862 d.d. ist der größte und älteste Produzent von Weinen und Spirituosen in Kroatien. Mit fünf lokalen Weingütern im Portfolio vertritt das Unternehmen alle Weinregionen in Kroatien. Neben der eigenen Produktion ist das Unternehmen exklusiver Distributor. |

| <b>Biovega d.o.o.</b> |  |
|-----------------------|--|
| Adresse / Website     | Biovega d.o.o.<br>Majstorska 1E,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="https://biovega.hr/">https://biovega.hr/</a>   |
| Kontakt               | Allgemeine Kontaktanfragen<br>E-Mail: <a href="mailto:info@biovega.hr">info@biovega.hr</a><br>Tel.: +385 1 4607 555<br>Fax: +385 1 4677 076  |
| Profil                | Biovega d.o.o. ist ein Großhändler und Importeur von biologischen Lebensmitteln in Kroatien. Das Unternehmen hat zudem 95 % des Marktanteils im kroatischen Bio-Einzelhandel und ist somit der wichtigste Partner für deutsche Bio-Lebensmittelhersteller.<br>Biovega d.o.o. arbeitet als Exklusivvertreiber für ca. 30 international führende Bio-Marken. |

| <b>Cedevita d.o.o.</b> |  |
|------------------------|--|
| Adresse / Website      | Cedevita d.o.o.<br>Planinska 15,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.cedevita.com">www.cedevita.com</a>  |
| Kontakt                | E-Mail: <a href="mailto:cedevita.international@atlanticgrupa.com">cedevita.international@atlanticgrupa.com</a><br>Tel.: +385 1 2413 600<br>Fax: +385 1 2413 506  |
| Profil                 | Cedevita d.o.o. ist ein kroatischer Lebensmittelimporteur und Großhändler. Das Unternehmen ist Teil der Atlantic Grupa d.d. und verkauft auch Tees und Instantgetränke aus Eigenproduktion. Unter anderem ist das Unternehmen auch in der Branche für Nahrungsergänzungsmittel und pharmazeutische Produkte tätig. |

| <b>Fortenova grupa d.d.</b> |  |
|-----------------------------|--|
| Adresse /<br>Website        | Fortenova grupa d.d.<br>Marijana Cavica 1,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.fortenovagrupa.hr">www.fortenovagrupa.hr</a>  |
| Kontakt                     | E-Mail: <a href="mailto:info@fortenovagrupa.hr">info@fortenovagrupa.hr</a><br>Tel.: +385 1 4894 111<br>Fax: +385 1 4894 080  |
| Profil                      | Fortenova grupa d.d. beschäftigt in seinen Kerngeschäften – Einzel- und Großhandel, Lebensmittel und Landwirtschaft – mehr als 50.000 Mitarbeitende und bedient mehr als 30 Mio. Verbraucher auf acht Märkten in Südosteuropa. Über 30 Marken werden in zwölf Produktionsstätten in mehreren Ländern produziert. Das Unternehmen hat eine starke strategische Ausrichtung darauf, mit lokalen Lieferanten zusammenzuarbeiten, kürzere Lieferketten zu erhalten und zu entwickeln sowie die regionale bzw. lokale Agrar- und Lebensmittelproduktion weiterzuentwickeln. |

| <b>Jamnica plus d.o.o.</b> |  |
|----------------------------|--|
| Adresse /<br>Website       | Jamnica plus d.o.o.<br>Getaldićeva 3,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.jamnica.company">www.jamnica.company</a>   |
| Kontakt                    | E-Mail: <a href="mailto:info@jamnica.hr">info@jamnica.hr</a><br>Tel.: +385 1 2393 111  |
| Profil                     | Jamnica plus d.o.o. bildet mit Unternehmen in Bosnien, Serbien, Slowenien und Ungarn die Beverages Group, einen Teil der Fortenova grupa d.d. Die Gruppe betreibt eine der modernsten Abfüllanlagen Europas für Mineral- und Erfrischungsgetränke, beschäftigt rund 1.500 Mitarbeitende und produziert jährlich über 600 Mio. l Mineralwasser. |

| <b>Kraš Food Industry Plc</b> |   |
|-------------------------------|---|
| Adresse / Website             | Kraš Food Industry<br>Plc Ravnice 48,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.kras.hr">www.kras.hr</a>  |
| Kontakt                       | E-Mail: <a href="mailto:info@kras.hr">info@kras.hr</a><br>Tel.: +385 1 2396 111   |
| Profil                        | Kraš Food Industry Plc, mit Sitz in Zagreb, ist der größte Süßwarenhersteller Südosteuropas und führend in Kroatien bei Schokolade, Gebäck und Zuckerwaren. Jährlich produziert Kraš rund 35.900 t Süßwaren, von denen über die Hälfte in Kroatien verkauft wird. Der Export, u. a. in die USA, Australien und Europa, macht fast 50 % des Umsatzes aus. Karolina d.o.o., ein Teil der Kraš Gruppe, produziert in Osijek auf 12 Produktionslinien etwa 70 Produkte, darunter die Marken Moto und Jadro. |

| <b>PIK Vrbovec plus d.o.o.</b> |   |
|--------------------------------|---|
| Adresse / Website              | PIK Vrbovec plus d.o.o.<br>Zagrebačka 148,<br>10340 Vrbovec,<br>Kroatien<br><a href="http://www.pik-vrbovec.hr">www.pik-vrbovec.hr</a>  |
| Kontakt                        | E-Mail: <a href="mailto:pik@pik-vrbovec.hr">pik@pik-vrbovec.hr</a><br>Tel.: +385 1 2794 777<br>Fax: +385 1 2794 704   |
| Profil                         | PIK Vrbovec plus d.o.o. ist der Marktführer für rotes Fleisch in Kroatien mit einem Marktanteil von ca. 40 %. Das Unternehmen produziert Fleischprodukte unter den Marken PIK und Sljeme. Etwa 10 % des Umsatzes stammen aus dem Export. PIK ist seit über 80 Jahren aktiv und der größte Nutzer des „Meat from Croatian farms“-Labels. Das Unternehmen gehört zur Fortenova grupa d.d. |

| <b>Podravka d.d.</b> |  |
|----------------------|--|
| Adresse / Website    | Podravka d.d.<br>Ante Starčevića 32,<br>48000 Koprivnica,<br>Kroatien<br><a href="http://www.podravka.com">www.podravka.com</a>  |
| Kontakt              | E-Mail: <a href="mailto:podravka@podravka.hr">podravka@podravka.hr</a><br>Tel.: +385 4 8651 144<br>Fax: +385 4 8622 518  |
| Profil               | Podravka d.d. ist ein kroatisches Lebensmittelunternehmen mit Sitz in Koprivnica, das im Jahr 1934 gegründet wurde und zu den größten in Südosteuropa gehört. Es ist in den Bereichen Lebensmittel und Pharmazeutika tätig und beschäftigt ca. 6.000 Mitarbeitende. Im Jahr 2023 erzielte Podravka einen Umsatz von 5,5 Mrd. EUR und ist in etwa 60 Ländern vertreten. Das Sortiment umfasst bekannte Marken sowie Produkte wie Marmeladen, Fertiggerichte, Fischprodukte, Backwaren, Cerealien, Süßwaren und Kindernahrung. |

#### 9.4 Fachmessen

| <b>CroAgro</b>    |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | Zagreb Fair Ltd.<br>Avenija Dubrovnik 15,<br>10020 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="https://www.zv.hr/fairs-2863/croagro-3110/3110">https://www.zv.hr/fairs-2863/croagro-3110/3110</a> |
| Kontakt           | Allgemeine Kontaktanfragen<br>E-Mail: <a href="mailto:croagro@zv.hr">croagro@zv.hr</a><br>Tel.: +385 1 6520 643   |
| Profil            | Die CroAgro ist eine internationale Messe für landwirtschaftliche Produkte, Maschinen und Equipment. Die nächste Messe findet vom 05. bis 08. Dezember 2024 statt.                    |

| <b>Food and Healthy Living Fairs</b> |  |
|--------------------------------------|--|
| Adresse / Website                    | Zagreb Fair Ltd.<br>Avenija Dubrovnik 15,<br>10020 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="https://www.zv.hr/fairs-2863/food-and-healthy-living-fairs/visitors-3016/about-fair-3017/3017">https://www.zv.hr/fairs-2863/food-and-healthy-living-fairs/visitors-3016/about-fair-3017/3017</a>  |
| „Kontakt                             | E-Mail: <a href="mailto:mystic-organica@zv.hr">mystic-organica@zv.hr</a><br>Tel.: +385 1 6520 643  |
| Profil                               | Die Food and Healthy Living Fairs ist eine große Lebensmittel- und Gesundheitsmesse, auf der Aussteller und Teilnehmer aus Kroatien und v. a. der EU ihre Produkte ausstellen können. Angeschlossen sind Workshops und Seminare zu verschiedenen Lebensmittelsegmenten, Trends, Zubereitungsarten etc. Die nächste Messe findet vom 05. bis 08. Dezember 2024 statt. |

| <b>Sajam Gast – International Food &amp; Beverage Fair (GAST)</b> |  |
|---|--|
| Adresse / Website   | Arena Zagreb<br>Ulica Vice Vukova 8,<br>10000 Zagreb,<br>Kroatien<br><a href="http://www.gastfair.com">www.gastfair.com</a>  |
| Kontakt   | E-Mail: <a href="mailto:info@sajamsplit.hr">info@sajamsplit.hr</a><br>Tel.: +385 2 1435 538<br>Fax: +385 2 1435 535  |
| Profil  | Die Messe GAST umfasst mehrere spezialisierte Fachmessen, darunter die Internationale Lebensmittel- und Getränkemesse, die Internationale Messe für Hotel- und Gastronomiebedarf, die Internationale Weinmesse Dionisiana, die Internationale Kaffeemesse und die Internationale Eiscreme- und Dessertmesse. Die nächste Messe findet im Februar 2025 statt. |

## 10. Adressmaterial Serbien

### 10.1 Staatliche Behörden/Institutionen/Verbände

| <b>Büro der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) in Serbien</b> |  |
|---|--|
| Adresse /<br>Website  | Büro der KfW in Serbien<br>Brzakova 20,<br>11040 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.kfw-entwicklungsbank.de/">www.kfw-entwicklungsbank.de/</a>   |
| Kontakt   | E-Mail: <a href="mailto:kfw.belgrade@kfw.de">kfw.belgrade@kfw.de</a><br>Tel.: +381 1 1369 8122   |
| Profil  | Das Büro der KfW in Serbien bietet umfassende Unterstützung und Finanzierungsmöglichkeiten und trägt somit zur Stärkung der bilateralen Handelsbeziehungen zwischen Deutschland und Serbien bei. |

| <b>Büro der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) in Serbien</b> |   |
|---|---|
| Adresse /<br>Website  | Büro der GIZ in Serbien<br>Zorza Klemensoa 19,<br>11158 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.giz.de/de/html/index.html/">www.giz.de/de/html/index.html/</a>   |
| Kontakt   | E-Mail: <a href="mailto:giz-serbien@giz.de">giz-serbien@giz.de</a><br>Tel: +381 11 3692126  |
| Profil  | Das Büro der GIZ in Serbien unterstützt die wirtschaftliche Entwicklung und den Zugang zu internationalen Lieferketten. Zudem verbessert die GIZ das Berufsbildungssystem, was zur Qualifizierung von Fachkräften beiträgt und somit die Wettbewerbsfähigkeit stärkt. |

| <b>Deutsch-Serbische Wirtschaftskammer (AHK Serbien)</b> |   |
|--|---|
| Adresse / Website  | Deutsch-Serbische Wirtschaftskammer<br>Topličin venac 19a,<br>11000 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://serbien.ahk.de/">serbien.ahk.de/</a>       |
| Kontakt  | E-Mail: <a href="mailto:info@ahk.rs">info@ahk.rs</a><br>Tel.: +381 1 1202 8010<br>Fax: +381 1 1303 4780   |
| Profil   | Die AHK Serbien bietet umfassende Informationen über Marktchancen, rechtliche Rahmenbedingungen und aktuelle Trends im serbischen Lebensmittelsektor. |

| <b>Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede<br/>(Ministerium Land-, Forst- und Wasserwirtschaft)</b> |  |
|--|--|
| Adresse / Website  | Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja<br>Nemanjina 22-26,<br>11000 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.minpolj.gov.rs/?script=lat">www.minpolj.gov.rs/?script=lat</a>  |
| Kontakt  | E-Mail: <a href="mailto:office@minpolj.gov.rs">office@minpolj.gov.rs</a><br>Tel.: +381 2 6079 60<br>Fax: +381 2 6079 61  |
| Profil   | Das Ministerium für Land-, Forst- und Wasserwirtschaft ist direkt verantwortlich für die Agrarpolitik, die Regulierung der Lebensmittelproduktion und -verarbeitung sowie für den Handel mit Lebensmitteln, einschließlich Import- und Exportfragen. |

| <b>Ministarstvo privrede Republike Srbije (Wirtschaftsministerium)</b> |  |
|--|--|
| Adresse / Website  | Ministarstvo poljoprivrede<br>Kneza Miloša 20,<br>11000 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.privreda.gov.rs/lat">www.privreda.gov.rs/lat</a>                                      |
| Kontakt  | E-Mail: <a href="mailto:privrednadrustva@privreda.gov.rs">privrednadrustva@privreda.gov.rs</a><br>Tel.: +381 1 1364 2600   |
| Profil   | Das Wirtschaftsministerium ist für die Finanzierung von Agrarsubventionen und -programmen sowie für steuerliche Regelungen verantwortlich, die die Lebensmittelbranche direkt betreffen. |

| <b>Ministarstvo zdravlja (Gesundheitsministerium)</b> |   |
|---|---|
| Adresse/Website                                       | Ministarstvo zdravstva<br>Nemanjina 22–26,<br>11000 Belgrad,<br>Kroatien<br><a href="http://www.zdravlje.gov.rs/">www.zdravlje.gov.rs/</a>  |
| Kontakt   | E-Mail: <a href="mailto:office@zdravlje.gov.rs">office@zdravlje.gov.rs</a><br>Tel. +381 1 1268 7442<br>Fax: +381 1 1268 7935  |
| Profil  | Das Gesundheitsministerium kümmert sich um Regelungen zur Förderung der Gesundheit der Bevölkerung. Dabei zertifiziert es auch Lebensmittel, die einem besonderem Ernährungszweck dienen. |

| <b>Privredna komora Srbije (Handelskammer)</b> |  |
|--|--|
| Adresse / Website                              | Privredna komora Srbije<br>Resavska 13-15,<br>11000 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="https://en.pks.rs/">https://en.pks.rs/</a>   |
| Kontakt  | E-Mail: <a href="mailto:bis@pks.rs">bis@pks.rs</a><br>Tel.: +381 1 1330 0910   |
| Profil   | Die serbische Handelskammer (PKS) bietet umfassende Informationen über den serbischen Markt, lokale Vorschriften und Geschäftspraktiken. Zudem erleichtert die PKS Kontakte zu potenziellen Geschäftspartnern und unterstützt bei der Erschließung des serbischen Marktes. |

| <b>Razvojna Agencija Srbije (Serbische Entwicklungsagentur)</b> |   |
|---|---|
| Adresse / Website   | Razvojna Agencija Srbije<br>Kneza Milosa 12,<br>11000 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://ras.gov.rs/en">ras.gov.rs/en</a>   |
| Kontakt   | E-Mail: <a href="mailto:office@ras.gov.rs">office@ras.gov.rs</a><br>Tel: +381 1 1339 8900   |
| Profil  | Die serbische Entwicklungsagentur stellt eine zentrale Anlaufstelle für Investitionsprojekte dar. Sie bietet Unterstützung bei der Ansiedlung von Unternehmen, informiert über Investitionsförderungen und hilft, den Markteintritt zu erleichtern. |

## 10.2 Lebensmitteleinzelhandel

| <b>Delhaize</b>   |  |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | Delhaize Serbien<br>Jurija Gagarina 14,<br>11070 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.maxi.rs">www.maxi.rs</a>   |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:potrosaci@delhaize.rs">potrosaci@delhaize.rs</a><br>Tel.: +381 1 1715 3 400<br>Fax: +381 1 1715 3910   |
| Profil            | Die Delhaize Group ist ein internationaler Einzelhandelskonzern mit Sitz in Belgien, der im Jahr 1867 gegründet wurde und im Jahr 2016 mit der Ahold-Gruppe zur Ahold Delhaize fusionierte. In Serbien ist Delhaize seit dem Jahr 2011 führend im Einzelhandel und präsent mit Marken wie Maxi Supermärkte und Shop & Go. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 13.000 Mitarbeitende, mit einem Anteil am LEH von 30 %. |

| <b>Gomex</b>      |  |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | Gomex<br>Beogradskiput bb,<br>23000 Zrenjanin,<br>Serbien<br><a href="https://gomex.rs">https://gomex.rs</a>   |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:kontakt@gomex.rs">kontakt@gomex.rs</a><br>Tel.: +381 0800 100 123  |
| Profil            | Gomex ist eine bedeutende Supermarktkette in Serbien, die im Jahr 1997 in Zrenjanin gegründet wurde und sich auf das Konzept „Everyday Fresh“ konzentriert. Mit über 190 Filialen hat sich Gomex schnell als wichtiger Einzelhändler etabliert und beschäftigt etwa 2.500 Mitarbeitende. Nach dem Einstieg von CEECAT Capital, das 51,5 % der Anteile erworben hat, plant Gomex, bis 2030 über 500 Standorte in Serbien zu erreichen. Die Kette bietet ein breites Sortiment an frischen Lebensmitteln, Snacks und Haushaltswaren an. Gomex hat einen Marktanteil von unter 10 % im LEH. |

| <b>Lidl</b>       |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | Lidl Srbija KD<br>Prva južna radna br. 3,<br>22330 Nova Pazova,<br>Serbien<br><a href="https://www.lidl.rs">https://www.lidl.rs</a>   |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:kontakt@lidl.rs">kontakt@lidl.rs</a><br>Tel.: +381 1 1655 4000<br>Fax: +381 1 1655 4015   |
| Profil            | Lidl ist eine international bekannte Supermarktkette, die seit der Eröffnung ihrer ersten Filiale in Serbien im Jahr 2018 mit 25 Standorten präsent ist und etwa 2.500 Mitarbeitende beschäftigt; die Geschäfte kombinieren ein Full-Service-Konzept mit aggressiven Preisstrategien und Eigenmarken und bieten hochwertige Produkte zu erschwinglichen Preisen an. Das Unternehmen hat einen LEH-Marktanteil von unter 10 %. |

| <b>Maxi</b>       |  |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | Maxi<br>Jurija Gagarina 14,<br>11070 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.maxi.rs">www.maxi.rs</a>   |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:potrosaci@delhaize.rs">potrosaci@delhaize.rs</a><br>Tel.: +381 0 8003 537 030<br>Fax: +381 1 1715 3910   |
| Profil            | Maxi ist eine der größten Supermarktketten Serbiens, gegründet im Jahr 2000 in Neu-Belgrad und Teil der Delhaize Gruppe. Die Kette betreibt heute über 529 Filialen in 56 Städten und beschäftigt mehr als 5.000 Mitarbeitende. Maxi bietet nach dem Full-Service Prinzip ein breites Sortiment lokaler und internationaler Produkte an und hat einen Marktanteil von etwa 11,2 % im Lebensmitteleinzelhandel. |

| <b>Mega Maxi</b>  |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | Mega Maxi<br>Jurija Gagarina 14,<br>11070 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="https://www.maxi.rs/mega-maxi">https://www.maxi.rs/mega-maxi</a>  |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:potrosaci@delhaize.rs">potrosaci@delhaize.rs</a><br>Tel.: + 381 0 8003 5370 40<br>Fax: +381 1 171 3910  |
| Profil            | Mega Maxi-Supermärkte sind größere Filialen im Delhaize-Netzwerk, die ein umfangreicheres Sortiment als reguläre Maxi-Märkte bieten. Sie befinden sich vor allem in großen Städten wie Belgrad, Novi Sad und Niš. Neben Lebensmitteln führen sie spezialisierte Abteilungen wie Fisch-, Fleisch-, Feinkost- und Bäckereitheken sowie eine größere Auswahl an internationalen und Bio-Produkten. Derzeit gibt es 9 Full-Service-Mega Maxi-Märkte in Serbien mit über 1.500 Mitarbeitenden. |

| <b>Mercato-S</b>  |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | IDEA; Roda<br>Autoput za Zagreb 11a,<br>11070 Beograd,<br>Serbien<br><a href="https://www.mercator.rs/">https://www.mercator.rs/</a>  |
| Kontakt           | Allgemeine Kontaktanfragen<br>E-Mail: <a href="mailto:online@idea.rs">online@idea.rs</a><br>Tel.: +381 0 8001 0120 2  |
| Profil            | Mercator-S, Teil der Fortenova-Gruppe, ist eine führende Supermarktkette in Serbien mit über 340 Geschäften, darunter die Marken IDEA und Roda. Täglich bedienen die Supermärkte mehr als 300.000 Kunden und beschäftigen über 8.000 Mitarbeitende. Das Sortiment umfasst lokale und internationale Marken mit einem Fokus auf hochwertigen, frischen Lebensmitteln. Mercator-S hat einen LEH-Marktanteil von 26 %. |

| <b>METRO</b>      |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | Metro rs<br>Tuk Ugarnice bb,<br>24000 Palić,<br>Serbien<br><a href="https://www.metro.rs/">https://www.metro.rs/</a>  |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:info@metro.rs">info@metro.rs</a><br>Tel.: +381 0 8002 2202 2  |
| Profil            | Metro Cash & Carry ist eine bedeutende Lebensmittelgroßhandelskette in Serbien, die seit der Eröffnung ihres ersten Standorts im Jahr 2005 in Belgrad aktiv ist und derzeit acht Standorte, darunter Cash & Carry-Märkte und Franchise-Formate namens „Jutro“, betreibt. Das Unternehmen bietet über 5.000 Artikel an, unterstützt kleine und mittlere Einzelhändler und hat einen LEH-Marktanteil von unter 5 %. |

| <b>Shop &amp; Go</b> |   |
|----------------------|---|
| Adresse / Website    | Shop & Go<br>Jurija Gagarina 14,<br>11070 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="https://www.maxi.rs/shopandgo">https://www.maxi.rs/shopandgo</a>  |
| Kontakt              | E-Mail: <a href="mailto:potrosaci@delhaize.rs">potrosaci@delhaize.rs</a><br>Tel.: +381 0 8003 537 030   |
| Profil               | Shop & Go ist das Convenience-Format von Delhaize in Serbien, das auf schnelle Einkäufe und den täglichen Bedarf abzielt. Diese kleineren Läden befinden sich hauptsächlich in urbanen Gebieten und sind für ihre langen Öffnungszeiten bekannt. Das Angebot umfasst Snacks, Getränke, Fertiggerichte sowie Hygiene- und Haushaltsartikel. In Serbien gibt es über 120 Shop- & Go-Filialen, die sich in hochfrequentierten Stadtlagen befinden. |

| <b>Super Vero</b> |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | Veropoulos doo<br>Bul. Milutina Milankovica 86 <sup>a</sup> ,<br>Novi Beograd,<br>Serbien<br><a href="https://www.supervero.rs/en/">https://www.supervero.rs/en/</a>  |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:info@veropoulos.rs">info@veropoulos.rs</a><br>Tel.: +381 0 8001 1211 1  |
| Profil            | Super Vero ist eine Supermarktkette, die zur griechischen Veropoulos-Gruppe gehört und seit der Eröffnung im Jahr 2002 auf insgesamt 7 Standorte gewachsen ist. Die Supermärkte bieten ein breites Sortiment von über 17.000 Produkten, darunter 600 griechische Artikel und regionale Spezialitäten. Zudem verfügen größere Filialen über Bistro- und Cafébereiche. Mit rund 500 Mitarbeitenden hat das Unternehmen einen LEH-Marktanteil von unter 5 %. |

| <b>Tempo</b>      |  |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | Tempo<br>Jurija Gagarina 14,<br>11070 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.maxi.rs">www.maxi.rs</a>  |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:office@delhaize.rs">office@delhaize.rs</a><br>Tel.: +381 0 8003 537 040<br>Fax: +381 1 1715 3900   |
| Profil            | Tempo-Märkte sind Großmärkte von Delhaize in Serbien und bedienen Privat- und Geschäftskunden. Als Full-Service-Märkte bieten sie eine große Auswahl an Lebensmitteln und Non-Food-Produkten, einschließlich Großpackungen und Sonderaktionen. Es gibt Abteilungen für frische Lebensmittel und Haushaltswaren. Die 8 Tempo-Filialen mit 1.500 Mitarbeitenden befinden sich in städtischen Ballungszentren wie Belgrad und Novi Sad. |

| <b>Univerexport</b> |  |
|---------------------|--|
| Adresse / Website   | Univerexport doo<br>Sentandrejski put 165,<br>21000 Novi Sad,<br>Serbien<br><a href="https://univerexport.rs">https://univerexport.rs</a>  |
| Kontakt             | E-Mail: <a href="mailto:korisnicki.servis@univerexport.rs">korisnicki.servis@univerexport.rs</a><br>Tel.: +381 0800 345 678  |
| Profil              | Univerexport ist eine führende Handelskette in Serbien, die seit über 30 Jahren im Einzel- und Großhandel aktiv ist. Das Unternehmen bietet verschiedene Verkaufsformate, darunter Supermärkte, Minimärkte und Online-Shops, und ist besonders in Novi Sad und der Vojvodina-Region vertreten. Die Produktpalette umfasst lokale und internationale sowie eigene Marken wie „Baš Baš“, „Daj Daj“ und „Naše najbolje“.<br>Univerexport betreibt über 190 Filialen und beschäftigt mehr als 2.000 Mitarbeitende. Das Unternehmen investiert in neue Märkte und expandiert sein Filialnetz. Seit dem Jahr 2012 bietet Univerexport auch einen Lieferservice an und hat einen Marktanteil von unter 10 % im LEH. |

### 10.3 Hersteller/Importeure

| <b>Alpina</b>     |  |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | Alpina<br>Bulevar Mihajla Pupina 10z/32,<br>11070 Novi Beograd,<br>Serbien<br><a href="http://www.alpina.rs">www.alpina.rs</a>   |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:alpinashop-srb@alpina.si">alpinashop-srb@alpina.si</a><br>Tel.: +381 1 1213 8420<br>Fax: +381 1 1213 8420  |
| Profil            | Alpina ist ein bedeutender Hersteller von Molkereiprodukten in Serbien, einschließlich Käse, Milch, Joghurt und Süßwaren. Die Marke ist bekannt für ihre Produktgruppe Alpina Natur und Alpina Joghurt. Das Unternehmen, das im Jahr 1991 gegründet wurde, ist heute für seine Qualitätsprodukte bekannt. Die Produzenten exportieren ihre Produkte in die Nachbarländer und die EU. |

| <b>Bambi</b>      |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | Bambi Head Office,<br>Đorđa Stanojevića 14,<br>11070 Novi Beograd,<br>Serbien<br><a href="https://bambi.rs/">https://bambi.rs/</a>  |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:vasikomentari@bambi.rs">vasikomentari@bambi.rs</a><br>Tel.: +381 0 8003 333 44<br>Fax: +381 1 1222 2559   |
| Profil            | Bambi ist bekannt für die Herstellung von Keksen und Snacks. Das im Jahr 1992 gegründete Unternehmen hat einen bedeutenden Marktanteil in der Snack- und Süßwarenbranche in Serbien und erwirtschaftete im Jahr 2021 einen Umsatz von ca. 80 Mio. EUR. Die bekanntesten Produktmarken der Firma Bambi sind Bambi selbst, Munchmallow, Luca und Bambi Cake. Das Unternehmen exportiert heute seine Produkte auch in weitere Länder, insbesondere in die Region des ehemaligen Jugoslawiens, sowie nach Westeuropa. |

| <b>Frikom doo beograd</b> |   |
|---------------------------|---|
| Adresse / Website         | Frikom doo beograd,<br>Zrenjaninski put bb,<br>11213 Beograd,<br>Serbien<br><a href="https://www.frikom.rs/rs">https://www.frikom.rs/rs</a>   |
| Kontakt                   | E-Mail: <a href="mailto:office@frikom.rs">office@frikom.rs</a><br>Tel.: +381 0 1120 7410 0<br>Fax: +381 1 1207 4148   |
| Profil                    | Als einer der größten Hersteller von Tiefkühlprodukten in Serbien hat Frikom doo beograd einen jährlichen Umsatz von etwa 200 Mio. EUR. Das im Jahr 1991 gegründete Unternehmen produziert eine breite Palette an Produkten, darunter Tiefkühlgemüse, Fertiggerichte und Eiscreme. Frikom doo beograd ist eine Tochtergesellschaft von Unilever. Der Hersteller produziert hauptsächlich für den serbischen Markt, exportiert aber eine Vielzahl von Tiefkühlprodukten in angrenzende Länder. |

| <b>Fortenova Group</b> |  |
|------------------------|--|
| Adresse / Website      | Fortenova Grupa d.o.o.<br>Ulica Svetog Save 20,<br>11000 Beograd,<br>Serbien<br><a href="http://www.fortenovagroup.rs">www.fortenovagroup.rs</a>   |
| Kontakt                | E-Mail: <a href="mailto:info@fortenovagrupa.rs">info@fortenovagrupa.rs</a><br>Tel.: +381 1 1329 9010   |
| Profil                 | Die Fortenova Group ist ein bedeutender Akteur im serbischen Lebensmittel- und Einzelhandelssektor mit einer Vielzahl von Supermärkten, darunter Marken wie Konzum, Idea und Roda. Diese Marken sind für ihre breite Produktpalette bekannt. Die Fortenova Group ist sowohl im Import als auch im Export aktiv und bietet lokale sowie internationale Lebensmittel an. Im Jahr 2022 erzielte die Fortenova Group einen Umsatz von über 5,2 Mrd. EUR. |

| <b>Kraft Heinz Serbia</b> |   |
|---------------------------|---|
| Adresse / Website         | Kraft Heinz<br>3a Bulevar Oslobođenja,<br>11000 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.kraftheinzcompany.com/">www.kraftheinzcompany.com/</a>   |
| Kontakt                   | E-Mail: <a href="mailto:serbia@kraftheinz.com">serbia@kraftheinz.com</a><br>Tel.: +381 1 1313 4700  |
| Profil                    | Als Teil des globalen Konzerns Kraft Heinz hat das Unternehmen eine bedeutende Marktposition in Serbien, wo es vor allem Tomatensoßen, Ketchup und Konserven produziert. Das Unternehmen entstand aus der Fusion von Kraft Foods und Heinz im Jahr 2015, war jedoch bereits zuvor in Serbien aktiv und exportiert seine Produkte international. |

| <b>MK Group</b>   |   |
|-------------------|---|
| Adresse / Website | MK Group<br>Bulevar Arsenija Černojevića 59b,<br>11070 Novi Beograd,<br>Serbien<br><a href="https://mkgroup.rs/en/">https://mkgroup.rs/en/</a>  |
| Kontakt           | E-Mail: <a href="mailto:info@mkgroup.rs">info@mkgroup.rs</a><br>Tel.: +381 1 1353 9555  |
| Profil            | Die im Jahr 1994 gegründete MK Group ist eines der führenden Unternehmen in der serbischen Lebensmittelindustrie mit einem Umsatz von über 500 Mio. EUR im Jahr 2020. Sie umfasst bedeutende Marken wie Mlekara Šabac, Zlatiborac und Gala in den Bereichen Milchprodukte, Fleischverarbeitung sowie Snacks und exportiert ihre Produkte vor allem in die Balkanregion. |

| <b>Simpo</b>      |  |
|-------------------|--|
| Adresse / Website | <p>Simpo<br/>Radnička 12,<br/>17500 Vranje,<br/>Serbien<br/><a href="http://simpo.rs">simpo.rs</a></p>   |
| Kontakt           | <p>E-Mail: <a href="mailto:office@simpo.rs">office@simpo.rs</a><br/>Tel.: +381 1 7422 280<br/>Fax: +381 1 7424 136</p>   |
| Profil            | <p>Simpo ist ein bedeutendes serbisches Unternehmen, das im Jahr 1991 gegründet wurde und sich auf die Herstellung von alkoholfreien Getränken und Fruchtsäften spezialisiert hat. Es zählt zu den führenden Herstellern in der Region und bietet eine breite Palette an hundertprozentigen Fruchtsäften, Nektargetränken sowie Limonaden und kohlenensäurehaltigen Erfrischungsgetränken an. Simpo exportiert seine Produkte in Nachbarländer und die EU.</p> |

| <b>Univerexport d.o.o.</b> |   |
|----------------------------|---|
| Adresse /Website           | <p>Univerexport d.o.o.,<br/>Sentandrejski put 165,<br/>21000 Novi Sad,<br/>Serbien<br/><a href="https://univerexport.rs/sr/stranica/13/o-nama">https://univerexport.rs/sr/stranica/13/o-nama</a></p>  |
| Kontakt                    | <p>E-Mail: <a href="mailto:korisnicki.servis@univerexport.rs">korisnicki.servis@univerexport.rs</a><br/>Tel.: +381 2 1487 0200<br/>Fax: +381 2 1487 0211</p>  |
| Profil                     | <p>Univerexport d.o.o. wurde im Jahr 1990 als Familienfirma gegründet und ist heute eines der größten Einzelhandelsunternehmen in Serbien mit über 190 Standorten, mehr als 3.000 Mitarbeitenden und einem Sortiment von über 16.000 Produkten. Besondere Aufmerksamkeit gilt der Qualität, insbesondere frischen Fleischprodukten aus eigener Produktion, die innerhalb von 48 Stunden nach der Ernte erhältlich sind. Das Unternehmen betreibt auch eine organische Landwirtschaft, eröffnete im Jahr 2021 die spezialisierte Verkaufsstelle „Univer Organa“ in Novi Sad und bietet einen erfolgreichen Online-Bestellservice. Univerexport exportiert zudem in umliegende Länder und erzielt einen geschätzten Jahresumsatz von über 200 Mio. EUR.</p> |

## 10.4 Fachmessen

| <b>Agro Belgrade</b> |   |
|----------------------|---|
| Adresse /<br>Website | Belgrade Fair Hall<br>Bulevar vojvode Mišića 14,<br>11040 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://agrobelgrade.com/homepage/">agrobelgrade.com/homepage/</a>   |
| Kontakt              | E-Mail: <a href="mailto:info@agrobelgrade.com">info@agrobelgrade.com</a><br>Tel.: +381 6 9500 3322  |
| Profil               | Die Agro Belgrade ist eine internationale Messe für Obst-, Gemüse- und Weinbau, die vom 30. Januar bis 1. Februar 2024 in Belgrad stattfand. Sie dient als Plattform für Produzenten und Unternehmen der Agrarindustrie aus Serbien und der Region, um Produkte zu präsentieren und Geschäftskontakte zu knüpfen. Zusätzlich gibt es eine B2B-Zone, die Unternehmen die Möglichkeit bietet, Geschäftsbeziehungen zu vertiefen und Partnerschaften zu fördern. |

| <b>Etho Belgrade</b> |  |
|----------------------|--|
| Adresse /<br>Website | Belgrade Fair Hall<br>Bulevar vojvode Mišića 14,<br>11040 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://etnohip.rs/">etnohip.rs/</a>  |
| Kontakt              | E-Mail: <a href="mailto:etnohrana@sajam.rs">etnohrana@sajam.rs</a><br>Tel.: +381 1 1265 5317   |
| Profil               | Die Etho Beograd findet vom 5. bis 8. Dezember 2024 in der Belgrader Messe statt. Sie präsentiert ethnische Lebensmittel und Getränke, wobei preisgekrönte Aussteller ihre Produkte zeigen. Die Messe bietet eine Plattform für lokale Produzenten und den internationalen Handel. |

| <b>International Agricultural Fair</b> |   |
|--|---|
| Adresse / Website                      | Novosadski sajam<br>Hajduk Veljkova 11,<br>21000 Novi Sad,<br>Serbien<br><a href="http://www.sajam.net/en/">www.sajam.net/en/</a>   |
| Kontakt                                | E-Mail: <a href="mailto:ob-winefair@sajam.rs">ob-winefair@sajam.rs</a><br>Tel.: +381 2 1483 0000<br>Fax: +381 2 1483 0099   |
| Profil                                 | Die International Agricultural Fair in Novi Sad ist eine der bedeutendsten Landwirtschaftsmessen in Südosteuropa. Die 91. Ausgabe findet vom 17. bis 22. Mai 2025 statt und wird zahlreiche Aussteller aus der Agrar-, Forst-, Fischerei- und Lebensmittelbranche anziehen. Die Messe bietet sowohl Indoor- als auch Outdoor-Ausstellungsflächen und fördert den Austausch zwischen internationalen Experten und lokalen Akteuren im Agrarsektor. |

| <b>Wine Vision by Open Balkan</b> |  |
|-----------------------------------|--|
| Adresse / Website                 | Belgrade Fair Hall<br>Bulevar vojvode Mišića 14,<br>11040 Belgrad,<br>Serbien<br><a href="http://www.fair.openbalkan.com/">www.fair.openbalkan.com/</a>  |
| Kontakt                           | E-Mail: <a href="mailto:ob-winefair@sajam.rs">ob-winefair@sajam.rs</a><br>Tel.: +381 1 1265 5239   |
| Profil                            | Die Wine Vision by Open Balkan ist eine der größten Weinmessen in Südosteuropa, die vom 22. bis 24. November 2024 in Belgrad stattfindet und Winzern eine Plattform bietet, ihre besten Weine zu präsentieren und den Austausch zwischen Weinexperten und -liebhabern zu fördern |

## 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

Oktober 2024

## UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

## BILDNACHWEIS

Oleksii/stock.adobe.com

## TEXT

enviacon GmbH  
Schloßstraße 26  
12163 Berlin  
www.enviacon.com

Bearbeiter/ -in; Redaktion  
Melanie Otto  
Laura Lehmann  
Lara Bolhuis

## DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt enviacon GmbH 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 GmbH 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](http://www.bmel.de)  
[www.bmel.de/social-media](http://www.bmel.de/social-media)  
[www.agrarexportfoerderung.de](http://www.agrarexportfoerderung.de)

