

# Ablaufplan und Marktinformationen

## KROATIEN:

### Virtuelle Unternehmerreise und B2B-Gespräche mit kroatischen Handelsvertretern

29. Juni 2021

#### Marktdaten und Situation im Zielland, Marktchancen für bayerische Unternehmen

Der Nahrungsmittelsektor in Kroatien ist ein wachsender Industriezweig und wird von Fitch Solutions auf rund 5 Mrd. Euro geschätzt. Bis 2023 sollten die Umsätze angesichts ursprünglich guter Konjunkturaussichten und steigender Einkommen im Land um rund 3% pro Jahr zulegen.

Kroatien ist bei Lebensmitteln und Getränken auf Importe angewiesen, um den Inlandsbedarf zu decken. Die kroatischen Lebensmittelimporte sind fast doppelt so hoch wie die Exporte. Im Jahr 2019 wurden Waren im Wert von rund 3,2 Mrd. Euro importiert, ganze 16% mehr als im Vorjahr. Dabei genießen deutsche und hier vor allem bayerische Lebensmittel und Getränke einen hervorragenden Ruf. So verzeichnet die bayerische Ernährungswirtschaft im Außenhandel mit Kroatien starkes Wachstum: 2019 setzten bayerische Anbieter 89,7 Mio. Euro in Kroatien um – knapp 9% mehr gegenüber 2018. Die wichtigsten Importwaren aus Bayern sind Käse (Warenwert 27,5 Mio. Euro), Backwaren (9,8 Mio. Euro) und Milch/Milcherzeugnisse (9,0 Mio. Euro).

Durch die vorhandenen Unterkapazitäten der heimischen Lebensmittelbranche ist die Aufnahmefähigkeit des kroatischen Marktes für ausländische Produkte sehr hoch – insbesondere für Bioprodukte. Zudem prägt die zunehmende Präferenz der Verbraucher für gesunde Premium- und Fertigprodukte die Nachfrage und "Food made in Germany" genießt einen guten Ruf.

Marktchancen bieten steigende Ansprüche und die wachsende Kaufkraft der kroatischen Konsumenten, die Dominanz deutscher Einzelhandelsketten (Kaufland, Lidl, Metro) und steigende Touristenzahlen.

In der Sommerhochsaison kommen zu den 4,2 Mio. kroatischen Bürgern 19,55 Mio. Touristen (+4,8% gegenüber 2018) hinzu, darunter allein 2,88 Mio. aus Deutschland. Gerade deutsche Urlauber neigen zum Kauf der ihnen bekannten Lebensmittel- und Getränkemarken.

Von diesem Verbrauchertrend profitieren v.a. die bekannten deutschen Einzelhandelsketten. Im Markt gut vertreten sind u.a. die Schwarz-Gruppe mit Kaufland und Lidl sowie Metro und die österreichische Spar-Gruppe und im Drogeriesegment dm und Müller.

Kroatische Konsumenten verbinden mit bayerischen Produkten die bekannte bayerische Lebensart und sind diesen daher sehr offen und positiv eingestellt. Der kroatische Einzelhandel kommt dem entgegen und organisiert regelmäßig bayerische Themenwochen, vor allem zur Oktoberfestzeit.

Der Vertrieb läuft in Kroatien in der Regel über Großhändler, Importeure und Handelsvertreter, die sich mit den Gegebenheiten des Marktes auskennen und über eine umfassende Kundendatenbank verfügen. Hieraus ergeben sich vielfältige Absatzmöglichkeiten für bayerische Anbieter.

Dies macht Kroatien für die bayerische Lebensmittel- und Getränkewirtschaft zu einem attraktiven Absatzmarkt und bietet gute Voraussetzungen für einen möglichen Ausbau von Marktpositionen.



## Projektbeschreibung

Die virtuellen B2B-Meetings richten sich an bayerische Unternehmen aus der Lebensmittel- und Getränkeindustrie. Ziel ist die konkrete Kontaktaufnahme zu kroatischen Einkäufern, Distributoren, LEH und HoReCa mittels individueller B2B-Gesprächstermine. Dabei geben die bayerischen Unternehmen per Fragebogen, der von der AHK zur Verfügung gestellt wird, das Profil des gewünschten Geschäftspartners vor. Auf dieser Grundlage werden die Zielgruppen im Land selektiert und kontaktiert. Die bayerischen Unternehmen erhalten zwei Wochen vor Beginn der Gespräche ihre individuellen Gesprächsterminpläne mit Kontaktdaten und Kurzprofilen der kroatischen Unternehmen. Die Gesprächstermine werden von der AHK organisiert. Sprachen sind Englisch oder Deutsch, bei Bedarf organisiert die AHK auch Dolmetscher.

## Termine/ Fristen

- Januar-Mai 2021: Bewerbung in den AHK-Medien (Webseite, Newsletter, Soziale Medien); Akquise der bayerischen Unternehmen (mindestens sechs Teilnehmer); Erstellung der Anforderungsbögen und Abfrage der Gesprächswünsche bei den angemeldeten bayerischen Unternehmen.
- Mai 2021: Erstellung der individuellen Unternehmensanschriften; Kontaktaufnahme zu den kroatischen Unternehmen und Terminvereinbarung. Dabei sollen mindestens drei Gespräche pro bayerischem Teilnehmer organisiert werden.
- Juni 2021: Erstellung der individuellen Gesprächsterminpläne mit Kontaktdaten und Kurzprofilen der kroatischen Unternehmen, Versand an die bayerischen Unternehmen, technische Abwicklung der Terminvereinbarung.
- 29. Juni 2021: Durchführung der individuellen virtuellen B2B-Gespräche.

## Teilnahmebedingungen und Kosten

Die Veranstaltung wird von der Agentur für Lebensmittel – Produkte aus Bayern (alp Bayern) des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten gefördert. Die Eigenbeteiligung der bayerischen Hersteller an den Gesamtkosten beträgt 600,00 Euro pro Unternehmen. Bei Bedarf tragen die Teilnehmer auch eventuelle Kosten für den Versand von Musterware.

Die Mindestteilnehmerzahl liegt bei 6 Unternehmen, maximal bei 12. Bei mehr als 12 Anmeldungen entscheidet der Eingang der Anmeldung über die Teilnahme. Die AHK Kroatien behält sich das Recht vor, die angemeldeten Produkte auf Ihre Eignung (besondere Spezialitäten) für den kroatischen Markt zu prüfen und somit über die Zulassung zum Projekt zu entscheiden.

Bei Stornierung der Teilnahme weniger als einen (1) Monat vor Maßnahmenbeginn werden die Teilnahmegebühren in Rechnung gestellt.

## Kontakt

Die Unternehmerreise mit B2B-Gesprächen wird organisiert von der alp Bayern und der Deutsch-Kroatischen Industrie- und Handelskammer: Frau Klaudia Oršanić-Furlan (E-Mail: [klaudia.orsanic-furlan@ahk.hr](mailto:klaudia.orsanic-furlan@ahk.hr), Telefon: +385 1 6311 612, Mobil: +385 99 2717 309)

