



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



Der Markt für Lebensmittel allgemein in Kroatien

Marktstudie im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und
Ernährungswirtschaft / November 2021

Inhaltsverzeichnis

1. Executive Summary	5
2. Einleitung	6
3. Länderprofil.....	7
3.1 Geografie und Demografie	7
3.2 Politisches System	10
3.3 Wirtschaftslage	11
3.3.1 Wirtschaftsstruktur.....	11
3.3.2 Investitionsklima.....	13
3.3.3 Außenhandel	14
4. Lebensmittel Allgemein	16
4.1 Eigenproduktion	16
4.2 Preisniveau.....	18
4.3 Verbrauchernachfrage.....	20
4.4 Distributionswege und Einzelhandel	21
5. Produktgruppen	24
5.1 Fleisch.....	24
5.2 Fisch.....	25
5.3 Obst und Gemüse.....	26
5.4 Verarbeitete Konsumgüter.....	28
5.5 Getränke.....	29
5.5.1 Alkoholfreie Getränke	29
5.5.2 Wein.....	30
5.5.3 Bier.....	30
5.5.4 Weitere alkoholische Getränke	31
6. Rechtliche Rahmenbedingungen und Einfuhrbedingungen	32
6.1 Einfuhrbedingungen	32
6.2 Steuern	35
6.3 Gründung von Niederlassungen	37
7. SWOT-Analyse	39
8. Adressmaterial.....	40
8.1 Behörden und Verbände	40
8.2 Lebensmittelhersteller	45
8.3 Großhändler Distributoren und Importeure	50
8.4 Lebensmitteleinzelhändler.....	55
8.5 Fachmessen.....	59

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Liste der zehn bevölkerungsreichsten Städte Kroatiens.....	9
Tabelle 2: Wirtschaftsdaten Kroatien.....	12
Tabelle 3: Die 10 größten Unternehmen Kroatiens	13
Tabelle 4: Kroatien Übersicht Direktinvestitionen	14
Tabelle 5: Unternehmen und Beschäftigte in der kroatischen Lebensmittelwirtschaft.....	17
Tabelle 6: Zusammensetzung des kroatischen Lebensmittelmarktes nach Sektoren.....	17
Tabelle 7: Übersicht Lebensmittelpreise in Kroatien.....	18
Tabelle 8: Umsätze des Bereiches alkoholfreie Getränke in Kroatien.....	29
Tabelle 9: Übersicht der wichtigsten Gesetze für den Lebensmittelmarkt in Kroatien	33
Tabelle 10: Übersicht über die Steuersätze in Kroatien	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersichtskarte Kroatien.....	7
Abbildung 2: Bevölkerungspyramide Kroatien	8
Abbildung 3: Übersicht Freihandelsabkommen der Europäischen Union.....	15

Abkürzungsverzeichnis

BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BIP	Bruttoinlandsprodukt
EU	Europäische Union
EUR	Euro
ha	Hektar
HDZ	Kroatische Demokratische Union
HRK	Croatian Kuna (Kroatische Kuna)
kg	Kilogramm
km	Kilometer
km ²	Quadratkilometer
l	Liter
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
SDP	Sozialdemokratische Partei Kroatiens
t	Tonnen
USD	US-Dollar
v. a.	vor allem
z. B.	zum Beispiel

1. Executive Summary

Die Lebensmittelindustrie ist für die kroatische Wirtschaft ein essenzieller Teil. Die geografischen und klimatischen Bedingungen sind ideal für die Herstellung von Lebensmitteln und seit 1995 hat sich die Lebensmittelindustrie stark entwickelt. Im Fokus stehen v. a. die Verarbeitung und Produktion von Genusswaren. Zu den wichtigsten Exportgütern zählen Lebensmittelzusatzstoffe, Kekse und Waffeln, gefüllte Schokolade, Fischkonserven, Fertigsuppen, Olivenöl sowie Bier und andere alkoholische Getränke. Nichtsdestotrotz gibt es Defizite bei der Produktivität aufgrund fehlender Investitionen in Forschung und Entwicklung in kroatischen Lebensmittelbetrieben.

Trotz der guten Voraussetzungen ist Kroatien nach wie vor auf Lebensmittelimporte angewiesen. Das trifft insbesondere auf die Fleischindustrie zu, da der Fleischkonsum über die Jahre hinweg zugenommen hat. Auch wenn die Kaufkraft der kroatischen Konsumenten stetig zunimmt, sind eher günstige Artikel großer Discounter gefragt. In touristisch geprägten Gebieten gibt es zudem eine hohe Nachfrage nach höherpreisigen Lebensmitteln.

Kroatien importierte im Jahr 2020 landwirtschaftliche Produkte im Wert von etwa 4,2 Mrd. USD. Ganz vorne bei den kroatischen Importen lagen hier Meeresfrüchte, Futtermittelzutaten, tiergenetische Ressourcen, Wein, Schweinefleisch, Obst und Gemüse, Tiernahrung und eine Reihe verschiedener Snacks und Convenience-Produkten. Der Markt für Lebensmitteln wird von europäischen Anbietern dominiert und soll bis 2026 jährlich um etwa 2,83 % wachsen.

In den vergangenen Jahren ist die kroatische Wirtschaft und besonders die Steuergesetzgebung erfolgreich reformiert worden und es hat sich eine florierende Marktwirtschaft mit einem starken Dienstleistungssektor entwickelt. Kroatien ist Mitglied der Europäischen Union (EU) und mittlerweile gut in die europäischen Wirtschaftsstrukturen integriert. Deutschland ist der wichtigste Handelspartner Kroatiens und es gibt bereits sehr gute Handelsstrukturen zwischen den beiden Staaten. Die Hürden für den Handel mit Lebensmitteln sind daher gering.

2. Einleitung

Die vorliegende Marktstudie zum kroatischen Markt für Lebensmittel allgemein wurde im November 2021 von enviacon international im Rahmen des Exportförderprogramms des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) erstellt. Das Ziel ist es, deutschen Unternehmen sowie weiteren Interessenten einen Überblick über die Marktstrukturen und -charakteristika sowie über die Potenziale und Chancen eines Markteinstiegs in Kroatien zu vermitteln.

Zuerst stellt die Marktstudie die geografischen Eigenschaften, die Bevölkerung und politischen Entwicklungen in Kroatien vor. Nach einem Überblick über die allgemeine Wirtschaftsstruktur sowie die ökonomische Lage und Aussichten wird das Investitionsklima sowie Daten zu Importen und Exporten zusammengefasst. Im Anschluss wird eine Übersicht über den Lebensmittelmarkt sowie die wichtigsten Sektoren der Lebensmittelproduktion gegeben. Zum Schluss werden die rechtlichen Vorgaben für Einfuhr und Vertrieb aufgelistet und die Chancen sowie die Risiken des Marktes in einer SWOT-Analyse dargestellt.

Am Ende der Marktstudie ist eine umfangreiche Auflistung relevanter Messen sowie Unternehmen, Importeure und Verbände zu finden, um deutsche Unternehmen bei der konkreten Planung ihrer Exportgeschäfte zu unterstützen.

Aus Gründen der Lesbarkeit sind im gesamten Text mit der männlichen Schreibweise alle Geschlechter gemeint, sofern nicht eine Geschlechtsgruppe explizit hervorgehoben wird. Dasselbe gilt für die Nennung jeglicher anderen Gruppen sowie Bevölkerungsschichten (z. B. Konsumenten).

3. Länderprofil

3. Länderprofil

3.1 Geografie und Demografie

Kroatien liegt zwischen Mittel- und Südosteuropa an der Adria. Im Norden grenzt das Land an Slowenien, Ungarn und Serbien. Im Osten teilt sich Kroatien eine lang gezogene Grenze mit dem Nachbarland Bosnien und Herzegowina. Mit einer Fläche von 56.549 km² ist Kroatiens Größe vergleichbar mit den Niederlanden, Dänemark oder der Schweiz. Zu beachten ist jedoch, dass im Südwesten ca. 1.200 Inseln zu Kroatien gehören. Somit teilt sich das Land in einen nordöstlich gelegenen Teil, der in das Festland hineinragt, und einen langen im Südwesten gelegenen Küstenstreifen.



Abbildung 1: Übersichtskarte Kroatien

Quelle: Regierung der Republik Kroatien (2006).

3. Länderprofil

Das Klima Kroatiens ist durch seine mediterrane Lage geprägt und wird als gemäßigt warmes und regnerisches Kontinentalklima klassifiziert.¹ Die durchschnittliche Temperatur liegt zwischen -3 °C im Januar und 18 °C im Juli.

Kroatien ist im weltweiten Vergleich mit 4,2 Mio. Einwohnern ein eher bevölkerungsarmes Land. Die Geburtenrate liegt bei 8,68 Geburten pro 1.000 Einwohnern, was in etwa der Geburtenrate in Deutschland entspricht. Aufgrund der marginalen Einwanderung erreichte Kroatien zuletzt eine Bevölkerungswachstumsrate von - 0,48 %. Allerdings liegt die Lebenserwartung bei durchschnittlich 77 Jahren, weshalb die Anzahl der über 70-Jährigen in der Bevölkerung deutlich geringer ist als in Deutschland. Das durchschnittliche Alter in Kroatien liegt bei knapp 44 Jahren.

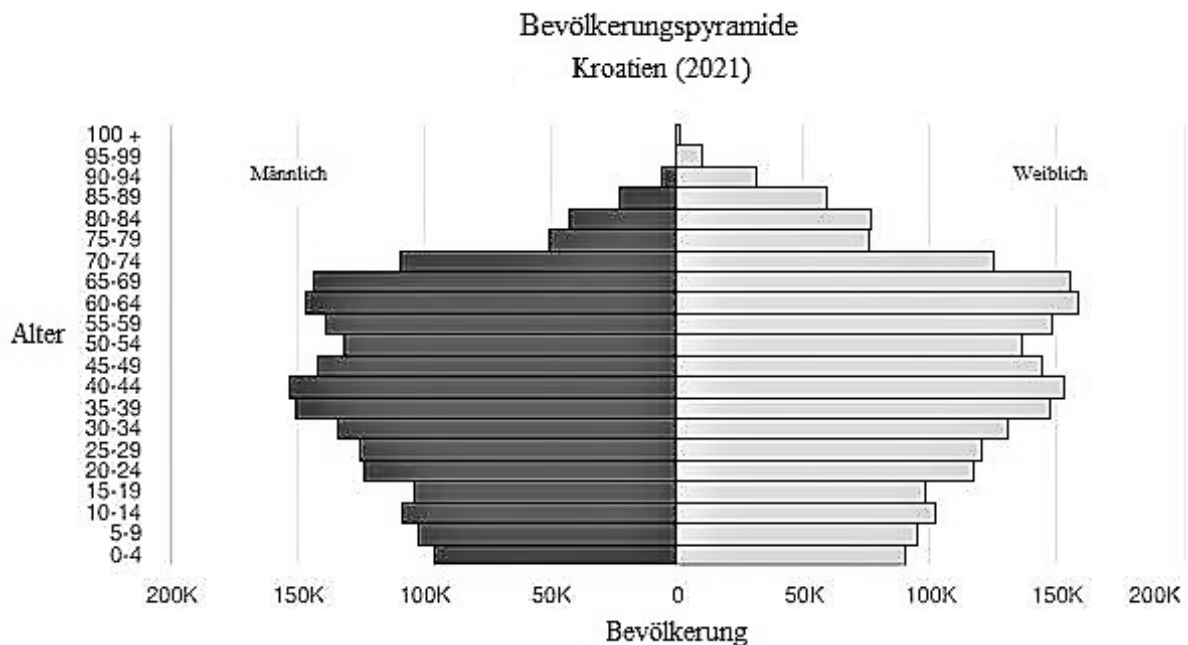


Abbildung 2: Bevölkerungspyramide Kroatien

Quelle: Central Intelligence Agency (2021).²

Ungefähr ein Viertel der kroatischen Staatsbürger leben im unmittelbaren Ballungsgebiet um die Hauptstadt Zagreb. Außer in den Küstengebieten sind das Land und vor allem die an der Adria gelegenen Inseln eher dünn besiedelt. Das Land ist für administrative Zwecke in 20 sogenannte Gespanschaften aufgeteilt, die sich ihrerseits in Gemeinden und teilweise noch in Städte gliedern. Es gibt 127 Städte und 428 Gemeinden in Kroatien.

¹ Croatian Meteorological and Hydrological Service (2021) Data and Observations. <https://meteo.hr>

² Central Intelligence Agency (2021): The world factbook – Croatia. www.cia.gov.

3. Länderprofil

Tabelle 1: Liste der zehn bevölkerungsreichsten Städte Kroatiens

Ranking	Stadt	Gespanschaft	Fläche in km ²	Einwohner
1.	Zagreb	Stadt Zagreb	641,36	779.145
2.	Split	Split-Dalmatien	79,33	193.664
3.	Rijeka	Primorje-Gorski kotar	44,00	144.043
4.	Osijek	Osijek-Baranja	170,00	114.616
5.	Zadar	Zadar	194,00	72.718
6.	Slavonski Brod	Brod-Posavina	50,07	64.612
7.	Velika Gorica	Zagreb	328,65	63.517
8.	Karlovac	Karlovac	402,00	59.395
9.	Pula	Istrien	70,00	58.594
10.	Sisak	Sisak-Moslavina	422,75	52.236

Quelle: Croatian Bureau of Statistics (2021).³

Die offiziellen Amtssprachen in Kroatien sind Kroatisch und Serbisch, wobei über 95 % der Bevölkerung Kroatisch spricht. Vor allem die jüngere Bevölkerung spricht mittlerweile auch zu großen Teilen Englisch. Aufgrund des wachsenden Tourismussektors und der stärker auf die EU-Mitgliedschaft ausgerichteten Schulunterrichtes werden in den Zentren des Landes auch teilweise Deutsch und Italienisch gesprochen. Circa 30 % aller kroatischen Schüler lernen Deutsch als zweite Fremdsprache.⁴

Der Bildungsbereich in Kroatien wurde in den vergangenen Jahren oft und tiefgreifend umgestaltet. Im weltweiten Vergleich der „Programme for International Student Assessment“ (PISA)-Studie belegt Kroatien den 36. Platz und liegt unter dem OECD-Durchschnitt. Mittlerweile wurde das Schulsystem aber weitestgehend angepasst und besonders die zwei nicht-gymnasialen Schulformen bieten stark praxisorientierte Unterrichtsformate.. So können kroatische Schüler, die keine Matura (Abitur) anstreben, sich frühzeitig in Schulen für Technik und Kunst oder Industrie und Handel auf die zukünftige Berufswahl ausrichten. Außerdem sind duale Studien und Ausbildungsmöglichkeiten mittlerweile Standard, wodurch gute Rahmenbedingungen für qualifizierte Fachkräfte geschaffen werden. Zudem gibt es in Kroatien fünf Universitäten, die nach Vorgabe des Bologna-Prozesses die Abschlüsse Bachelor und Master anbieten.⁵ Seit dem Jahr 2004 besteht die Deutsche Internationale Schule in Zagreb. Zudem sind auch das Goethe-Institut und der Deutsche Akademische Austauschdienst e. V. in Kroatien tätig, um der Bevölkerung

³ Croatian Bureau of Statistics (2021): Statistical Information 2021. <https://www.dzs.hr>.

The Miroslav Krleža Institute of Lexicography (2021): Geography and Population. <http://croatia.eu>

⁴ Auswärtiges Amt (2021): Deutschland und Kroatien: Bilaterale Beziehungen. www.auswaertiges-amt.de

⁵ OECD (2020): PISA - Internationale Schulleistungsstudie der OECD. www.oecd.org

3. Länderprofil

die deutsche Kultur näher zu bringen.⁶ Die Presse genießt in Kroatien ein angemessenes Maß an Freiheit.⁷ Die Korruptionsrate und Informationstransparenz von Politik und Verwaltung liegt im internationalen Vergleich im oberen Mittelfeld.⁸

3.2 Politisches System

Kroatien ist offiziell eine Republik, wird aber nach dem Vorbild eines Einheitsstaates zentralistisch von Zagreb aus geführt. Seit dem Jahr 2000 ist Kroatien eine parlamentarische Republik, in der gleich dem deutschen politischen System die Regierungsbefugnisse in Legislative, Exekutive und Judikative aufgeteilt sind. Das kroatische Parlament besteht aus einer Kammer, der Sabor, die alleinstehend für die Legislative zuständig ist. Das Regionalparlament namens House of Counties wurde im Jahr 2001 abgeschafft. Alle vier Jahre werden Wahlen abgehalten, in denen die 100 bis 160 Mitglieder des Sabor gewählt werden. Die zurzeit größten politischen Parteien im Sabor sind die konservative Kroatische Demokratische Union (HDZ) und die Sozialdemokratische Partei Kroatiens (SDP). Der Präsidenten der Republik ist das Staatsoberhaupt. Seit dem 5. Januar 2020 bekleidet Zoran Milanović von der SDP das Amt. Der Präsident ernennt auch das Regierungsoberhaupt, den Premierminister Kroatiens. Am 19. Oktober 2016 wurde Andrej Plenković (HDZ) zum kroatischen Premierminister gewählt und führt seitdem ein Kabinett aus 16 Ministern an. Die aktuelle Regierung setzt in allen Bereichen auf grundlegende Veränderungen und plant, fast alle Bereiche umzustrukturieren, um das Land zukunftsfähig zu machen. Ein besonderer Fokus wird dabei auf die Steigerung des Wirtschaftswachstums und eine Steuerreform gelegt. Das große Ziel der Regierung ist ein Beitritt zur Eurozone bis spätestens 2025. Zudem wurde eine Bildungsreform eingeleitet, eine Umstrukturierung der Energieversorgung hin zu erneuerbaren Energien angestoßen, eine Rentenreform verabschiedet und eine Reihe an Gesetzen zur Stärkung von Frauenrechten verabschiedet. Kroatien ist unter anderem Mitglied der EU, der United Nations (UN), der North Atlantic Treaty Organization (NATO), der Weltbank, der G-8, der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), der Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE), des Internationalen Währungsfonds und der Welthandelsorganisation.⁹

Deutschland und Kroatien unterhalten seit der Unabhängigkeit Kroatiens intensive direkte bilaterale Beziehungen und sind zudem im Rahmen der EU-Mitgliedschaft stark verbunden. Es gibt eine deutsche Botschaft in Kroatien und ein Honorarkonsulat in Split. Kroatien führt eine ständige Vertretung in Form einer Botschaft in Berlin. Zusätzlich werden von Kroatien fünf Generalkonsulate in Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, München und Stuttgart

⁶ Auswärtiges Amt (2021): Deutschland und Kroatien: Bilaterale Beziehungen. www.auswaertiges-amt.de

⁷ Reporter ohne Grenzen (2021): Rangliste der Pressefreiheit 2021. www.reporter-ohne-grenzen.de

⁸ Transparency International (2021): www.transparency.org

⁹ Auswärtiges Amt (2021): Kroatien: Steckbrief. www.auswaertiges-amt.de

3. Länderprofil

geführt. Zurzeit leben ungefähr 427.000 kroatische Staatsangehörige in Deutschland und in der Vergangenheit gab es eine intensive wirtschaftliche und kulturelle Zusammenarbeit zwischen beiden Staaten. So gibt es beispielsweise seit dem 7. März 2019 einen bilateralen Aktionsplan zur Stärkung der wirtschaftlichen Zusammenarbeit und seit dem 23. Januar 1998 ein deutsch-kroatisches Kulturabkommen. Auch auf politischer Ebene ist zwischen der deutschen und der kroatischen Regierung eine starke Zusammenarbeit zu verzeichnen. So findet ein regelmäßiger Austausch zwischen den Regierungen statt und besonders im Rahmen der aufeinanderfolgenden EU-Ratspräsidentschaften von Kroatien und Deutschland wurde auch auf multilateraler Ebene die Zusammenarbeit verstärkt.¹⁰

3.3 Wirtschaftslage

3.3.1 Wirtschaftsstruktur

Nach dem Zerfall des Kommunismus und dem Ende der Unabhängigkeitskonflikte in Kroatien, wurde eine stabile Marktwirtschaft eingeführt. Heute ist Kroatien eine der reichsten Republiken des ehemaligen Jugoslawiens. Im Jahr 2008 erlebte Kroatien einen abrupten Konjunkturabschwung, von dem Kroatien sich aber in den Jahren 2015 und 2016 erholte. Nach wie vor bestehen einige Probleme, darunter eine Arbeitslosenquote (7,5 % im Jahr 2020), eine ungleichmäßige regionale Entwicklung und ein teilweise schwieriges Investitionsklima. Im Jahr 2016 hat Kroatien allerdings durch starkes politisches und europäisches Engagement für Verbesserung des Geschäftsklimas gesorgt, indem es sein Steuerrecht vereinfachte. Infolgedessen stiegen das Wachstum, der inländische Verbrauch und die ausländischen Investitionen langsam an.

¹⁰ Auswärtiges Amt (2021): Deutschland und Kroatien: Bilaterale Beziehungen. www.auswaertiges-amt.de

3. Länderprofil

Tabelle 2: Wirtschaftsdaten Kroatien

	2019	2020	2021 (Prognose)	2022 (Prognose)
Bruttoinlandsprodukt (BIP) (nominal)	60,75 Mrd. USD	56,90 Mrd. USD	65,20 Mrd. USD	70,70 Mrd. USD
BIP/Kopf (nominal)	14.944 USD	14.072 USD	16.247 USD	17.741 USD
BIP Veränderung (real)	2,90 %	-0,80 %	5,00 %	6,10 %
Inflationsrate	0,77 %	0,00 %	1,30 %	1,30 %
Arbeitslosenquote	6,60 %	7,50 %	7,20 %	6,60 %
Durchschnittslohn	1.182 EUR	1.203 EUR	N/A	N/A
Staatsverschuldung (% des BIP, brutto)	73,20 %	88,70 %	85,60 %	82,90 %

Quelle: Germany Trade & Invest (2021).¹¹

Im Jahr 2021 ist Kroatien eine dienstleistungsorientierte, einkommensstarke Marktwirtschaft. Das Observatory of Economic Complexity sieht die kroatische Wirtschaft im internationalen Komplexitätsranking auf Platz 37.¹² Da das BIP vor der Corona-Krise stark gewachsen ist und die Schuldenquote sank, wurde Kroatien 2018 und 2020 von den drei großen Ratingagenturen hochgestuft. Die Ratingagenturen bewerten Kroatien wie folgt: Fitch mit BB- (2019), Moody's mit Ba1 (2020), Standard & Poors mit BBB- (2019). Zudem verfügt Kroatien über einen ausgeprägten Dienstleistungssektor, der im Jahr 2020 ganze 58,93 % des BIP ausmachte. Die kroatische Wirtschaft ist besonders von der Tourismusbranche abhängig, die im Jahr 2020 ungefähr 20 % des BIPs ausmachte. Während der Corona-Krise ist die kroatische Wirtschaft um - 8,4 % eingebrochen. Mithilfe der bereits angestoßenen Reformierungsmaßnahmen und Hilfen aus EU-Mitteln wird die kroatische Wirtschaft bereits weiter diversifiziert. Zudem ist geplant, durch gezielte öffentliche Investitionen strukturelle Probleme auszugleichen, um die Entwicklung einer widerstandsfähigen Wirtschaft zu unterstützen. Somit bietet Kroatien heute einen immer vielschichtiger werdenden Markt, der nach der Corona-Krise wieder auf ein solides Wirtschaftswachstum hoffen kann.¹³

¹¹ Germany Trade & Invest (2021): Wirtschaftsdaten Kompakt: Kroatien. www.gtai.de

¹² Observatory of Economic Complexity (OEC) (2021): Kroatien. <https://oec.world>

¹³ The World Bank (2021): Die Weltbank in Kroatien. www.worldbank.org
Central Intelligence Agency (2021): The world factbook – Croatia. www.cia.gov.

3. Länderprofil

Tabelle 3: Die 10 größten Unternehmen Kroatiens

Ranking	Unternehmen	Sektor	Umsatz 2020 in Mio. EUR	Gewinn 2020 in Mio. EUR
1.	INA d.d.	Erdölverarbeitung	1.888,21	- 138,97
2.	KONZUM plus d.o.o.	Einzelhandel	1.332,43	- 36,99
3.	Prvo Plinarsko Društvo	Erdgasverarbeitung	1.299,80	36,40
4.	Hrvatska Elektroprivreda	Nationales Energieunternehmen	1.252,65	203,84
5.	LIDL Hrvatska	Einzelhandel	804,03	45,77
6.	Hrvatski Telekom	Telekommunikationsunternehmen	780,62	111,79
7.	Spar Hrvatska	Einzelhandel	658,94	- 5,94
8.	Plodine	Einzelhandel	602,37	26,37
9.	Pliva Hrvatska	Pharmakonzern	596,50	97,46
10.	Hep-Proizvodnja	Energieunternehmen	570,09	102,27

Quelle: Hanza Media d.o.o. (2021)¹⁴

Neben dem Dienstleistungssektor ist die verarbeitende Industrie eines der wichtigsten Standbeine der kroatischen Wirtschaft. Die verarbeitende Industrie in Kroatien umfasst drei Schwerpunkte: Der erste Schwerpunkt ist die Verarbeitung von Erdöl. Kroatien ist reich an Bodenschätzen und fördert selbst eine gewisse Menge an Erdöl und Erdgas. Der zweite Schwerpunkt ist der Schiffsbau, für den Kroatien international bekannt ist.¹⁵ Der dritte Schwerpunkt liegt in der Verarbeitung chemischer Erzeugnisse. In Kroatien sind 384 Unternehmen im chemischen Sektor tätig und beschäftigen 5.722 Personen.¹⁶

3.3.2 Investitionsklima

Die nationale Währung Kroatiens ist die Kuna (HRK), die von der kroatischen Nationalbank ausgegeben wird. Im November 2021 entsprach eine HRK umgerechnet 0,13 EUR.¹⁷ An Währungsreserven in Forex und Gold erreichte Kroatien im Jahr 2017 einen Wert von 18,82 Mrd. USD und kommt damit weltweit auf Rang 60.¹⁸ Der Leitzins wurde im März 2021 auf 3,00 % festgesetzt und beträgt im historischen Durchschnitt 5,90 %.¹⁹ Das Investitionsklima in Kroatien entwickelt sich in den letzten Jahren zunehmend positiv.

¹⁴ Hanza Media d.o.o. (2021): Die Top 1500 kroatischen Unternehmen. <https://novac.jutarnji.hr>

¹⁵ Kroatische Zentrale für Tourismus (2020): Der kroatische Schiffbau. www.croatia.hr

¹⁶ Verband der Europäischen chemischen Industrie (2021): <https://cefic.org>

¹⁷ Finanzen.net (2021): <https://www.finanzen.net/devisen/euro-kuna-kurs>

¹⁸ Central Intelligence Agency (2021): The world factbook – Croatia. www.cia.gov

¹⁹ Croatian National Bank (2021): Interest rates. <https://www.hnb.hr/en/home>

3. Länderprofil

Getragen vom EU- Beitritt, den erfolgreichen Steuerreformen und dem geplanten Eintritt in die Eurozone gewinnt Kroatien seit einiger Zeit das Interesse internationaler Investoren. Somit nahmen die ausländischen Direktinvestitionen im Jahr 2018 um 60 % zum Vorjahr zu.²⁰

Tabelle 4: Übersicht Direktinvestitionen in Kroatien

	2017	2018	2019
Direktinvestitionen Zuflüsse nach Kroatien	555 Mio. USD	1.152 Mio. USD	1.365 Mio. USD
Direktinvestitionen Abflüsse aus Kroatien	- 726 Mio. USD	231 Mio. USD	231 Mio. USD
Direktinvestitionen Bestand Kroatien	28.721 Mio. USD	27.885 Mio. USD	29.866 Mio. USD

Quelle: UNCAD 2020, Germany Trade & Invest 2021

Im Jahr 2019 sind insgesamt 1.365 Mio. USD an ausländischen Direktinvestitionen nach Kroatien geflossen und kroatische Investoren haben 231 Mio. USD im Ausland investiert.²¹ Im Jahr 2020 machten die öffentlichen und privaten Investitionen ungefähr 24,4 % des BIPs aus. Diese Quote wird voraussichtlich in den Jahren 2022 und 2023 unverändert bleiben. Im Jahr 2019 sind mit 22 % die meisten der in Kroatien getätigten Investitionen auf Finanzdienstleistungen (ohne Renten und Versicherungen) entfallen. Darauf folgten Großhandel mit 9 %, die Immobilienwirtschaft und Immobilieninvestitionen mit jeweils 7 % sowie die Telekommunikation und der Einzelhandel mit jeweils 6 %. Die meisten Investitionen tätigte Österreich, das mit 14 % aller in Kroatien getätigten Investitionen die Liste anführt. Deutschland investiert mit 13 % der Gesamtinvestitionen ähnlich viel, gefolgt von Italien mit 11 % und Ungarn mit 8 %.²²

3.3.3. Außenhandel

Kroatien ist Mitglied der EU und Anwärter zur Aufnahme in den Schengenraum. Somit entfallen für Kroatien die Binnengrenzen zu den 27 EU-Mitgliedsstaaten, sowie der Schweiz, Norwegen, Irland und Island. Waren, die aus EU-Mitgliedsstaaten von Kroatien bezogen oder nach Kroatien eingeführt werden, unterliegen somit grundsätzlich keinen Beschränkungen. Es gelten die üblichen Ausnahmen innerhalb der EU.²³ Der Freihandel wird in Kroatien, wie auch bei den anderen EU-Mitgliedsstaaten, über die EU geregelt. Insgesamt sind zurzeit

²⁰ Statistics Canada (2020) International investment position, Canadian direct investment abroad and foreign direct investment in Canada, by country, annual (x 1,000,000). <https://www150.statcan.gc.ca>

²¹ UNCAD (2020): World Investment Report. <https://unctad.org>

²² Germany Trade & Invest (2021): Wirtschaftsdaten Kompakt: Kroatien. www.gtai.de

²³ Weitere Informationen finden Sie hier: Generalzolldirektion (2021): Warenverkehr innerhalb der EU www.zoll.de

3. Länderprofil

77 Abkommen verhandelt und in Kraft getreten. Weitere 24 Abkommen werden derzeit von den Mitgliedsstaaten und der EU ratifiziert und sechs weitere Abkommen sind zurzeit in Verhandlung.

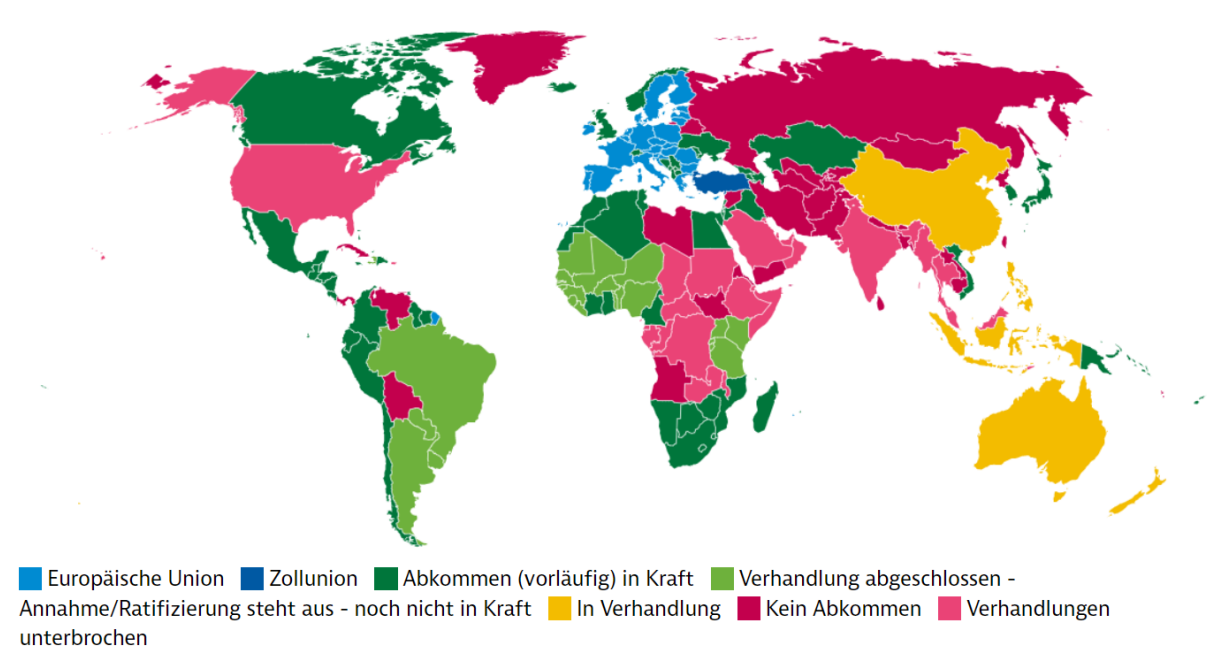


Abbildung 3: Übersicht Freihandelsabkommen der Europäischen Union

Quelle: Germany Trade & Invest 2021

Im Jahr 2019 war Kroatien im weltweiten Vergleich die Nummer 75 in Bezug auf die Gesamtexporte und die Nummer 68 in Bezug auf die Gesamtimporte. Insgesamt exportierte Kroatien im Jahr 2019 Waren im Wert von 17,6 Mrd. USD zu Handelszielen in der ganzen Welt. Die Exporte Kroatiens haben sich im Zeitraum von 2014 bis 2019 um 2,01 Mrd. USD, von 15,6 Mrd. USD auf 17,6 Mrd. USD gesteigert. Zudem importierte Kroatien im Jahr 2019 Waren im Wert von 29,1 Mrd. USD aus der ganzen Welt. Die Einfuhren Kroatiens stiegen von 2014 bis 2019 um 5,66 Mrd. USD, von 23,4 Mrd. USD auf 29,1 Mrd. USD.²⁴

Die wichtigsten Handelspartner Kroatiens sind Deutschland und Italien. Deutsche Waren machten im Jahr 2019 anteilig 14,1 % der kroatischen Importe aus. Deutschland war derweil Ziel für 12,7 % der kroatischen Exporte. Der Grund dafür ist die starke Verflechtung der produzierenden Industrien in Kroatien und Deutschland in diesen Bereichen. Italienische Waren machten im Jahr 2019 14,2 % der kroatischen²⁵

²⁴ United Nations (2021): Comtrade Database. <https://comtrade.un.org/>

²⁵ Auswärtiges Amt (2021): Deutschland und Kroatien: Bilaterale Beziehungen. www.auswaertiges-amt.de
Germany Trade & Invest (2021): Wirtschaftsdaten Kompakt: Kroatien. www.gtai.de

4. Lebensmittel allgemein

4.1 Eigenproduktion

Die Lebensmittelindustrie ist ein wichtiger Teil der kroatischen Wirtschaft. Aufgrund des reichlich vorhandenen Wassers, des gemäßigten Klimas und des fruchtbaren Bodens ist das Gebiet der Republik Kroatien ideal für die Erzeugung von Lebensmitteln und Getränken. Internationale Unternehmen wie Lactalis, Heineken, Carlsberg, Coca-Cola und HiPP beziehen Lebensmittel und Rohstoffe von hier. Kroatische Unternehmen wie Podravka, Kraš und Ledo erzielen auf dem Markt der EU seit Jahren Exporterfolge. Seit dem Ende der Kroatienkriege im Jahr 1995 hat sich die Lebensmittelwirtschaft stark entwickelt. Die Landwirtschaft des Landes hat seit jeher mit extremen Wetterbedingungen wie Dürren und Überschwemmungen zu kämpfen. Deshalb konzentrieren sich die profitabelsten Unternehmen im Lebensmittel- und Getränkesektor des Landes auf die Herstellung und Verarbeitung von Milch und Käse, Bier, die Verarbeitung von Tee und Kaffee sowie die Herstellung von Erfrischungsgetränken. Die wichtigsten Exportprodukte des Sektors sind Lebensmittelzusatzstoffe, Kekse und Waffeln, gefüllte Schokolade, Fischkonserven, Fertigsuppen, Olivenöl, Bier und andere alkoholische Getränke. Kroatien ist auch ein bedeutender Hersteller von ökologischen Lebensmitteln, die hauptsächlich in die EU exportiert werden.

Im Jahr 2020 importierte Kroatien landwirtschaftliche Produkte im Wert von 4,2 Mrd. USD. Produkte mit guten Importaussichten sind Meeresfrüchte, Futtermittelzutaten, tiergenetische Ressourcen, Wein, Schweinefleisch, Obst und Gemüse, Tiernahrung und eine breite Palette von Snacks und Fertiggerichten. Der kroatische Markt für importierte Lebensmittel wird derzeit von europäischen Anbietern dominiert und wächst weiter, wobei hochwertige Lebensmittel das größte Segment bilden. Heute sind in der Lebensmittelindustrie mehr als 59.000 Menschen in über 3.200 Unternehmen beschäftigt. Der durchschnittliche Bruttolohn in der Lebensmittelproduktion liegt bei 1.006 EUR, in der Getränkeherstellung bei 1.418 EUR.

4. Lebensmittel allgemein

Tabelle 5: Übersicht Unternehmen und Beschäftigte in der kroatischen Lebensmittelwirtschaft

Indikator	Wert
Unternehmen der Lebensmittel- und Getränkeindustrie	3.224
Beschäftigte in der Lebensmittel- und Getränkeindustrie	59.157
Durchschnittlicher Bruttolohn in der Lebensmittelindustrie	1.006 EUR
Durchschnittlicher Bruttolohn in der Getränkeindustrie	1.418 EUR

Quelle: Ministry of economy and Sustainable development of Croatia 2020²⁶

Der Anteil der Lebensmittelindustrie am kroatischen BIP lag 2014 bei 4 % und sank 2017 auf 2,9 %. Im Jahr 2020 erzielte die Lebensmittelindustrie allerdings wieder einen Umsatz von 8.782 Mio. USD. Bis 2026 soll der Markt jährlich um 2,83 % wachsen. Der Anteil der Beschäftigung in der Nahrungsmittelindustrie an der Gesamtbeschäftigung stagnierte im Zeitraum 2014 bis 2020 um etwa 20 %. Grund dafür ist der immer stärker werdende Fokus auf die Tourismusindustrie, in der saisonbedingt viele Stellen besetzt werden müssen. Außerdem ist der Import von Lebensmittelprodukten häufig günstiger als die Produktion vor Ort in Kroatien. Die lokale Produktion weist eine im Vergleich sehr niedrige Produktivität auf, da es unzureichende Investitionen in Forschung und Entwicklung in den kroatischen Lebensmittelbetrieben gibt. Die Investitionen in Forschung und Entwicklung betragen lediglich 0,13 % des Produktionswerts, während der EU-Durchschnitt bei 0,23 % liegt.²⁷

Tabelle 6: Zusammensetzung des kroatischen Lebensmittelmarktes nach Sektoren

	Umsätze	Beschäftigte
Herstellung von Fleischprodukten	27,4 %	19,9 %
Herstellung von Fischprodukten	2,2 %	3,1 %
Verarbeitung von Obst und Gemüse	2,7 %	2,7 %
Herstellung von tierischen Produkten	23,3 %	10,5 %
Herstellung von Back- und Mehlwaren	20,2 %	46,1 %
Herstellung weiterer Lebensmittelprodukte wie Nahrungsergänzungsmittel	24,1 %	17,6 %

Quelle: Ministry of economy and Sustainable development of Croatia (2021)

Der Markt für Fleisch und tierische Produkte ist in Kroatien mit Abstand am größten. Im Jahr 2020 wurde hier über die Hälfte des Gesamtumsatzes der Lebensmittelindustrie

²⁶ Ministry of economy and Sustainable development (2020): Food Industry. <https://investcroatia.gov>

²⁷ Croatia Week (2020): Croatian food industry competitiveness drop can be curbed with strong measures. www.croatiaweek.com

4. Lebensmittel allgemein

erwirtschaftet. Die Backwarenindustrie beschäftigt hingegen mit Abstand die meisten Angestellten – im Jahr 2020 fast die Hälfte aller Angestellten im Lebensmittelbereich.

4.2 Preisniveau

In Kroatien gibt es je nach Region starke Unterschiede bei der Preisentwicklung. Vor allem in touristischen Gebieten liegen die Preise über dem kroatischen Durchschnitt und sind eher mit den Preisen in Deutschland zu vergleichen. In den größeren Städten, wo ungefähr die Hälfte der Kroaten wohnen, sind die Preise nicht so hoch. In den vergangenen Jahren ließ sich jedoch eine leichte Preissteigerung beobachten. Im Gegensatz dazu sind Lebensmittel in den ländlichen Gegenden sehr günstig und Grundnahrungsmittel werden teilweise auch selbst hergestellt.

Tabelle 7: Übersicht Lebensmittelpreise in Kroatien

	Produkt	HRK pro kg	EUR pro kg
Fleisch- produkte	Schweinefleisch	25,00 HRK/kg	3,32 EUR/kg
	Rind	50,00 HRK/kg	6,65 EUR/kg
	Mischhack	25,00 – 35,00 HRK/kg	3,32 – 4,65 EUR/kg
	Hühnerbrust	20,00 HRK/kg	2,66 EUR/kg
	Huhn	18,00 HRK/kg	2,39 EUR/kg
	Wurst	55,00 HRK/kg	7,31 EUR/kg
	Salami	70,00 – 80,00 HRK/kg	9,30 – 10,63 EUR/kg
Fisch	Frischer Fisch	4,60 – 18,50 HRK/kg	0,61 – 2,46 EUR/kg
	Lachs	18,50 HRK/kg	2,46 EUR/kg
	Garnelen	11,50 HRK/kg	1,53 EUR/kg
Tierische Produkte	Eier	36,00 HRK/30 Stück	4,78 EUR/30 Stück
	Milch	5,00 HRK/l	0,66 EUR/l
	Jogurt	11,00 HRK/800 g	1,46 EUR/800 g
	Käse	20,00 – 100,00 HRK/kg	2,66 – 13,29 EUR/kg
	Goudakäse	60,00 HRK/kg	7,97 EUR/kg
Obst	Weintrauben	15,00 HRK/kg	1,99 EUR/kg
	Äpfel	6,00 – 18,00 HRK/kg	0,80 – 2,39 EUR/kg
	Birnen	13,00 HRK/kg	1,73 EUR/kg
	Pflaumen	50,00 HRK/kg	6,65 EUR/kg
	Nektarinen	15,00 HRK/kg	1,99 EUR/kg
	Mandarinen und Orangen	7,00 – 8,00 HRK/kg	0,93 – 1,06 EUR/kg
Obst	Ananas	15,00 HRK/kg	1,99 EUR/kg
	Bananen	8,00 – 10,00 HRK/kg	1,06 – 1,33 EUR/kg

4. Lebensmittel allgemein

	Produkt	HRK pro kg	EUR pro kg
	Limetten	40,00 HRK/kg	5,32 EUR/kg
Gemüse	Karotten	4,00 – 7,00 HRK/kg	0,53 – 0,93 EUR/kg
	Rote Bete	2,00 HRK/kg	0,27 EUR/kg
	Kohl	4,00 HRK/kg	0,53 EUR/kg
	Paprika	10,00 HRK/kg	1,33 EUR/kg
	Tomaten	12,00 – 15,00 HRK/kg	1,59 – 1,99 EUR/kg
	Gurke	13,00 HRK/kg	1,73 EUR/kg
	Zwiebel	6,00 HRK/kg	0,80 EUR/kg
Brot und Backwaren	Brot	4,00 HRK/350 g	0,53/350 g
	Baguette	5,00 HRK/300 g	0,66/300 g
	Kleingebäck/ Blätterteiggebäck	3,00 – 6,00 HRK/kg	0,40 – 0,80 EUR/kg
	Croissants	2,40 – 5,00 HRK/kg	0,32 – 0,66 EUR/kg
	Kuchen	8,00 HRK/kg	1,06 EUR/kg
Süßwaren	Eiscreme	8,00 – 10,00 HRK/kg	1,06 – 1,33 EUR/kg
	Honig	50,00 HRK/kg	6,65 EUR/kg
	Schokolade	150,00 HRK/kg	19,94 EUR/kg
Getränke	Cola	4,00 HRK/l	0,53 EUR/l
	Säfte	6,00 – 12,00 HRK/l	0,80 – 1,60 EUR/l
	Abgefülltes Wasser	5,00 HRK/l	0,65 EUR/l
Alkoholische Getränke	Weißwein	20,00 HRK/l	2,66 EUR/l
	Rotwein	18,00 HRK/l	2,39 EUR/l
	Importbier	9,00 – 15,00 HRK/l	1,20 – 1,99 EUR/l
	Lokal hergestelltes Bier	13,20 HRK/l	1,75 EUR/l

Quelle: Global Price Info 2021.²⁸

Nach der ersten Eurostat-Schätzung der Kaufkraftparitäten für das Jahr 2020 lag der tatsächliche individuelle Verbrauch des kroatischen Durchschnittsbürgers bei etwa 67 % des EU-Durchschnitts.²⁹

²⁸ Global Price Info (2021): Food prices in Croatia. www.globalprice.info

²⁹ Eurostat (2021): Purchasing Power Parities. <https://ec.europa.eu>

4.3 Verbrauchernachfrage

Der kroatische Markt für Lebensmittel hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Traditionelle Essgewohnheiten stoßen auf internationale Trends und werden auch durch den jährlich anwachsenden Tourismus geprägt. Die Zahl der älteren Menschen und der Rentner nimmt zu, aber sie haben in der Regel nur geringe Einkommen und stellen in Kroatien nicht die gleiche Wirtschaftskraft dar wie in anderen Ländern. Zudem erfährt das Land eine zunehmende Abwanderung der Jugend, wodurch Erwachsene im Alter von 30 bis 50 Jahren die Hauptkonsumentengruppe bilden. Auch wenn die kroatische Jugend sich immer stärker an westeuropäischen und internationalen Gerichten orientiert, folgt der Großteil der kroatischen Bevölkerung traditionellen Essgewohnheiten. Die Kroaten haben einen eher konservativen Geschmack, der sich in der lokalen Küche, den Produktionsmethoden und der Vermarktung widerspiegelt. In Umfragen zeigt sich wiederholt, dass Kroaten eine Vorliebe für Lebensmittel ohne künstliche Aromen, Stabilisatoren, Emulgatoren oder Konservierungsstoffe und mit einem Minimum an Pestizidbehandlungen oder gentechnisch veränderten Zutaten zeigen. Gleichzeitig zeigen ihre tatsächlichen Kaufgewohnheiten, dass der wichtigste Faktor für ihre Kaufentscheidungen der Preis ist, unabhängig von der Zusammensetzung.

Die Hauptmahlzeit des Tages ist in Kroatien üblicherweise ein spätes Mittagessen. Die Art des Mittagessens ist allerdings von Region zu Region unterschiedlich. Im Norden und im Landesinneren ist die Mehrzahl der Speisen österreichisch oder ungarisch geprägt. Ein typisches Mittagessen besteht aus Hühner- oder Rindfleischsuppe, gekochtem Fleisch, oft Schweinefleisch, Kartoffeln und Brot. Im Frühjahr und Sommer wird Gemüse und Salat mit Essig und Öl serviert, im Winter eingelegtes Gemüse. An der Küste besteht eine Mahlzeit meist aus Fisch und Nudeln, Risotto oder einem Maisgrießbrei namens Polenta. Im dalmatinischen Hochland ist Lammfleisch üblich. Das Frühstück der Kroaten besteht meist aus starkem Kaffee und Brot mit Marmelade. Das traditionelle Abendessen wird oft aus Resten vom Mittagessen hergestellt. Ansonsten ist das Abendessen mit dem deutschen Abendbrot vergleichbar, bei dem Brot mit Wurstwaren und Käse verzehrt werden. In der Regel essen Kroaten selbst gekochte Speisen aus der eigenen Küche. Es gibt allerdings auch eine Kultur für Straßenverkäufe, bei denen oft Snacks angeboten werden. Restaurants sind in der Regel sehr formell und preisintensiv oder auch direkt auf den Tourismus ausgerichtet. Daher treffen sich Kroaten oft und regelmäßig in Cafés. Es gibt zudem eine Vielzahl von Fast-Food-Gerichten. Die Fast-Food-Branche ist international geprägt, wird aber auch durch in Kroatien ansässige ethnische Minderheiten erweitert.

Zu Feiertagen oder besonderen Anlässen gibt es größere Mengen an Speisen, v. a. Fleisch. Schweinebraten mit Haut (pecenka) ist in Zagreb und Slawonien, der inländischen Region

4. Lebensmittel allgemein

Kroatiens sehr beliebt. Auch spezielle Kuchen werden zubereitet. Gebackener Käse, Tintenfischsalat, pikant gegrilltes Fleisch und Gerichte aus Filoteig, einem im arabischen Raum typischen, sehr dünnem Blätterteig, spiegeln die verschiedenen kulturellen Einflüsse wider. Große Mengen an Alkohol gehören zu jeder Feier. In Slawonien ist dies meist Pflaumenschnaps, in Zagreb und an der Küste sind Trauben- oder Kräuterschnäpse beliebt. Wenn Menschen zusammenkommen, trinken sie in der Regel auch gemeinsam. Starker türkischer Kaffee und Espresso sind wichtige Symbole der Gastfreundschaft.

In Kroatien lassen sich zwei Lebensmitteltrends feststellen: Zum einen wird ein starker Fokus auf frische Waren gelegt. Hier geht es besonders um Produkte, die frisch verpackt wurden. Des Weiteren geht der Trend in Kroatien stark zu Convenience-Produkten, die entweder verzehrfertig oder mit wenig Aufwand zubereitet werden können. Diese Segmente überschneiden sich in einem Trend, der als „Fresh Convenience“ bezeichnet wird. Typische Produkte in diesem Segment sind frisch verpackte Nudeln, vormariniertes Frischfleisch, vorgeschnittenes gemischtes Obst und komplette „einfach zuzubereitende“ Mahlzeiten mit frischen Zutaten. Hier geht es den Kroaten darum, die traditionell frische und hochwertige Ernährung beizubehalten und dennoch Zeit zu sparen bzw. die Produkte nicht selbst zubereiten zu müssen. Die kroatischen Verbraucher in diesem Segment sind v. a. jüngere Kroaten. Die kroatische Jugend ist eher anspruchsvoll in Bezug auf Qualität, Geschmack und Nährstoffgehalt. Dafür sind sie auch bereit, einen höheren Preis für Bequemlichkeit und Benutzerfreundlichkeit zu zahlen. Zugleich sind Discount-Produkte und Artikel im Angebot weiterhin sehr beliebt. Besonders größere oder Mehrgenerationenfamilien versuchen bei Großeinkäufen zu sparen und achten stark auf Preisveränderungen und heruntergesetzte Lebensmittel.

4.4 Distributionswege und Einzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel in Kroatien ist stark konzentriert und wird von elf Einzelhandelsketten dominiert. Die kroatischen Einzelhändler haben von der positiven wirtschaftlichen Entwicklung der vergangenen Jahre profitiert. Mit den steigenden Konsumausgaben, dem stabilen gesamtwirtschaftlichen Wachstum und den durch die EU-Mitgliedschaft gesunkenen Einfuhrschranken hat ein Wettlauf um Marktanteile begonnen. Vergleichbar mit dem Aufkommen der Discounter in Westeuropa vor 20 Jahren entscheiden sich die kroatischen Verbraucher immer öfter für Bequemlichkeit und kaufen lieber in Supermärkten ein, wo sie eine größere Auswahl an Produkten vorfinden. Der typische Verbraucher ist in der Regel preisbewusst und reagiert besonders auf Rabatte, die von großen Lebensmitteleinzelhändlern angeboten werden. Kleinere Geschäfte in der Nachbarschaft sind meist nur ein Ort für einen schnellen Nachkauf. Prognosen zufolge wird

4. Lebensmittel allgemein

sich die Zahl der kleinen Nachbarschaftsläden bis zum Jahr 2024 halbieren und nur noch 7,8 % des gesamten Lebensmittelumsatzes in Kroatien erzielen.

Die zunehmende Beliebtheit von Discountern ist ein weiterer westeuropäischer Trend, der sich in Kroatien beobachten lässt. Seit seinem Eintritt in den kroatischen Markt im Jahr 2006 hat der deutsche Discounter Lidl sein Netz auf 97 Filialen erweitert. Von einem anfangs unbekanntem Einzelhändler hat sich Lidl zu einem zuverlässigen Anbieter entwickelt, der 14,1 % des kroatischen Lebensmitteleinzelhandelsumsatzes auf sich vereint. Insbesondere junge Familien nutzen große Supermärkte für den wöchentlichen Lebensmitteleinkauf und dazu, durch Sonderangebote Geld zu sparen.

Der kroatische Markt ist in Bezug auf den Wettbewerb gut diversifiziert. Allerdings sind die nationalen Einzelhändler mit 53 % des nationalen Lebensmittelumsatzes immer noch führend auf dem Markt. Die führende kroatische Einzelhandelskette ist Konzum (34,8 % Marktanteil), die von der Muttergesellschaft Agrokor verwaltet wird und seit 2019 zur Fortenova grupa d.d. gehört. Die internationalen Einzelhändler werden von der Schwarz-Gruppe angeführt, die mit ihren beiden Marken Lidl und Kaufland 26 % des kroatischen Lebensmittelmarktes abdeckt. Kaufland ist bereits 2001 in den Markt in Kroatien eingetreten. In den 17 Jahren seiner Marktpräsenz wuchs das Unternehmen auf 40 Filialen im ganzen Land und erreichte 2018 einen Marktanteil von 12 %. Die ebenfalls zur Schwarz-Gruppe gehörende Kette Lidl (Marktanteil: 14 %) ist bei den kroatischen Verbrauchern schnell beliebt geworden. Seit 2006 und der Eröffnung der ersten 13 Filialen verzeichnete der Einzelhändler ein Umsatzwachstum von rund 8 % pro Jahr. Trotz kontinuierlicher Expansion verlor die internationale Rewe-Marke immer mehr Anteile, bis sie sich 2016 endgültig aus dem Markt zurückzog und ihr Geschäft an den Konkurrenten Spar verkaufte. Auch Spar gewinnt rasch Marktanteile, insbesondere nach der Übernahme von 62 Filialen von Billa. Das Unternehmen, das derzeit 8 % des Marktes hält, plant eine weitere Expansion mit Schwerpunkt auf den Küstenregionen.

Neben den westeuropäischen Einzelhändlern haben die einheimischen Einzelhandelsketten immer noch einen großen Marktanteil (53 %). Die komplizierte und langwierige Verwaltung, die mit der Gründung eines Unternehmens in Kroatien verbunden ist, stellt sicherlich eine Herausforderung für Unternehmen dar, die in diesem wachsenden Markt Fuß fassen wollen. Die vielversprechende Marktdynamik dürfte jedoch von anderen internationalen Einzelhändlern, die in den kommenden Jahren auf neue Märkte expandieren wollen, kaum zu übersehen sein. Was die Vertriebskanäle anbelangt, so sind Supermärkte mit 41 % Marktanteil an der Spitze, gefolgt von Hypermärkten mit 19 % und Discountern (einschließlich einer Vielzahl von Discountläden) mit 14 %.³⁰

³⁰ Croatian Bureau of Statistics (2021): Retail. www.dzs.hr

4. Lebensmittel allgemein

Der kroatische Markt ist trotz der eher homogenen Bevölkerung eher vielschichtig. Das ist in erster Linie auf den sehr ausgeprägten Tourismussektor zurückzuführen. Jedes Jahr wird Kroatien mit seinen 4 Mio. Einwohnern von etwa 18 Mio. Touristen besucht. Durch die hauptsächlich in den Sommermonaten stattfindende Saison werden die Konsumgewohnheiten in den verschiedenen Regionen stark beeinflusst. Für einige Küstenorte bedeutet dies einen Bevölkerungszuwachs von bis zu 300 %, da sowohl Touristen als auch Saisonarbeitskräfte aus dem Landesinneren zuwandern. Der Einzelhandel profitiert davon stark, da nur etwa 23 % aller Touristen in Hotels unterkommen. Der Rest verbringt seinen Urlaub in privaten Unterkünften (53 %), auf Campingplätzen (21 %) sowie in Herbergen, Kuranlagen und Ferienanlagen und kauft seine Lebensmittel in den örtlichen Supermärkten ein.³¹ Ein weiterer Faktor, der die Marktfragmentierung beeinflusst, ist die geografische Komplexität des Landes. Obwohl die Küstenregion über ein sehr gut ausgebautes Straßennetz verfügt, stellen die Inseln immer noch eine gewisse Herausforderung für Einzelhändler dar, insbesondere für diejenigen, die auch in der Tourismusbranche tätig sind, die sogenannten HoReCa-Betreiber. Die meisten der 48 bewohnten Inseln in Kroatien haben keine gut ausgebaute Straßeninfrastruktur.

Eine Medienkampagne wird in Kroatien als notwendig für den Erfolg eines jedes neuen Lebensmittelproduktes angesehen. In dieser Hinsicht ist Werbung ein wesentliches Marketinginstrument in Kroatien. Unternehmen nutzen alle verfügbaren Medien, einschließlich Internet, Radio, Plakatwände, Zeitungen und Zeitschriften, wobei das Fernsehen das bevorzugte Medium der Lebensmittelindustrie ist. Supermärkte nutzen auch das Direktmarketing über per Post versandte Flugblätter. Auch Gewinnspiele im Fernsehen und Radio sind weit verbreitet. Obwohl die Onlinetransaktionen im Einzelhandel in Kroatien immer noch nur einen kleinen Prozentsatz des gesamten Einzelhandels ausmachen, ist der elektronische Handel in Kroatien alltäglich und einer der wenigen Einzelhandelskanäle, die durch die Corona-Pandemie nicht zurückgegangen sind. Der Internetzugang ist in den meisten Teilen des Landes verfügbar und wird stark genutzt. Der Großteil der Interneteinkäufe in Kroatien betrifft Reisedienstleistungen, IT-Ausrüstung, Bücher und Elektrogeräte. Es gibt nur wenige Unternehmen, die Lebensmittel im Internet verkaufen. Erst während der Corona-Pandemie begann der Verkauf von Lebensmitteln über das Internet zuzunehmen.

³¹ Croatian Bureau of Statistics (2021): Tourist Arrivals and Nights in Commercial Accommodation Establishments. www.dzs.hr

5. Produktgruppen

5.1 Fleisch

Der Markt für tierische Produkte in Kroatien birgt viele Chancen, da die Nachfrage in diesem Segment außergewöhnlich hoch ist und auch weiterhin steigt. Zudem ist Kroatien stark auf Fleischimporte angewiesen, da lokal nicht genug Fleisch produziert werden kann. Die heimische Schweineproduktion ist zyklisch und reagiert stark auf die Futtermittelpreise. Auf dem Markt kommt es gelegentlich zu Engpässen bei Produkten, die den Qualitätsnormen entsprechen. Bei der Rindfleischerzeugung liegt der Selbstversorgungsgrad unter 80 %. Der Selbstversorgungsgrad bei der Produktion von Geflügelfleisch in Kroatien liegt zwischen 80 % und 90 %. Im Bereich Schweinefleisch kann die kroatische Produktion den Bedarf bei Weitem nicht decken und es müssen über 46 % der Produkte zugekauft werden. Daher ist eines der größten Ziele der kroatischen Agrarpolitik die Selbstversorgungsrate für lokal anbaubare Lebensmittel zu erhöhen. Der Umsatz des Fleischsektors in Kroatien belief sich 2020 auf 1,772 Mio. USD.³²

Die Geflügelindustrie in Kroatien entwickelt sich seit dem Jahr 2018 positiv. Die wichtigsten Gründe dafür sind der kurze Produktionszyklus, die relativ niedrigen Kosten und das Fehlen religiöser Einschränkungen für den Verzehr. Hühnerfleisch hat den größten Anteil an der Struktur des Geflügelfleischs. Die Schweinezucht nimmt aufgrund der traditionellen Rolle von Schweinefleisch in der kroatischen Ernährung einen sehr wichtigen Platz ein. Allerdings ist die Schweineproduktion ein großer Verbraucher von landwirtschaftlichen Erzeugnissen. Eine besondere Hürde für diesen Bereich sind die Futtermittelkosten. Futtermittel sind der teuerste Input in der kroatischen Schweineproduktion und machen im Durchschnitt 60 bis 70 % der Produktionskosten aus. Infolgedessen ist die lokale Schweinefleischproduktion oft unrentabel und so geht die Schweinefleischproduktion trotz hoher Nachfrage zurück. Der durch diese Entwicklungen entstehende Mangel an Schweinefleischprodukten muss in Zukunft noch stärker durch die Einfuhr von Schlachtschweinen, Schweinefleisch und Schweinefleischerzeugnissen aus anderen EU-Ländern gedeckt werden.

Obwohl die kroatischen Verbraucher in der Regel sehr preisbewusst sind, gibt es dennoch eine Klientel von wohlhabenderen Verbrauchern, die bereit sind, für hochwertiges Fleisch mehr zu zahlen. Dies betrifft v. a. den Markt für Rindfleisch. Produkte aus Rindfleisch werden oft von wohlhabenderen Bevölkerungsschichten und Touristen verzehrt. Kroatien importiert das meiste Rindfleisch aus den Niederlanden und liefert auch Rindfleisch in die Nachbarländer – besonders nach Bosnien und Herzegowina.

³² Državni Zavod Za Statistiku (2021): business statistics data. <https://sts baza.dzs.hr/en>

5. Produktgruppen

Die durchschnittliche Betriebsgröße der kroatischen Höfe beträgt 5,6 ha. So sind kroatische Betriebe deutlich kleiner als der EU-Durchschnitt von 14,4 ha. Die Hälfte aller Betriebe ist kleiner als 2 ha und knapp 90 % ist kleiner als 10 ha. Aufgrund der oft veralteten Technologie und häufiger Dürreperioden sind die Ernteerträge in der Regel niedriger als in anderen EU-Ländern. Es fehlt in der kroatischen Fleischproduktion an Investitionen, um die Betriebe zu modernisieren und die Produktion besser zu organisieren. Somit ist zu erwarten, dass auch in Zukunft ein hoher Bedarf an ausländischen Fleischprodukten bestehen wird.

5.2 Fisch

Mit einer Meeresfläche von 31.067 km², über 1.246 Inseln und einer Küstenlinie von 1.800 km gibt es in Kroatien eine lange Tradition der Fischerei. Der Fischfang bietet besonders den Küsten- und Inselgemeinschaften über das ganze Jahr eine Einkommensquelle. Die Fischerei bietet dabei nicht nur eine nachhaltige Quelle für Lebensmittel, sie ist auch besonders wichtig für die Wertschöpfung im Küstentourismus. Insgesamt hat die Fischerei einen eher geringen Anteil am BIP, spielt aber eine wichtige Rolle für die sozioökonomische Situation einer großen Zahl von Menschen. Trotz des geringen Wertes bietet die Fischerei besonders der Bevölkerung in entlegenen Gebieten Arbeitsplätze. Die kommerzielle Fischerei ist v. a. durch die kleine Küstenfischerei geprägt: Mehr als 80 % der Flotte besteht aus Schiffen mit einer Länge von weniger als 12 m. Der größte Anteil der Fänge (89 %) wird jedoch von Ringwadenfängern getätigt, die ca. 5 % der gesamten Fischereifahrzeuge ausmachen. Kroatien hat eine Fischereiflotte von ungefähr 7.300 Schiffen, wobei Grundschleppnetze etwa 14 % der Flotte ausmachen. Die Fischerei findet hauptsächlich im Adriatischen Meer statt und wird in der Regel als Mehrartenfischerei durchgeführt. Mehr als 45 % der kroatischen Fischereifahrzeuge sind als Mehrzweckschiffe registriert, die im Laufe des Jahres verschiedene Fanggeräte einsetzen. Gefangen werden v. a. kleine pelagische Arten wie Sardinen und Sardellen, die ca. 90 % der Fänge ausmachen. Die restlichen Fänge verteilen sich auf andere Fische (6 %), Muscheln und Schalentiere (2 %) und Krustentiere (2 %). Die Fänge sind von 2019 auf 2020 um 10,4 % auf einen Umfang von 84.856 t gestiegen.³³

Die wichtigsten produzierten Meeresarten sind Wolfsbarsch (*Dicentrarchus labrax*) und Meerbrasse (*Sparus aurata*), die in den vergangenen Jahren ca. 66 % des Produktionsvolumens der Marikultur ausmachen. Die zweitgrößte gezüchtete Meeresart ist der Atlantische Rote Thun (*Thunnus thynnus*), auf den im Durchschnitt ca. 25 % des Volumens der marinen Aquakulturproduktion entfallen. Die Zucht basiert auf dem Fang von

³³ Eurostat (2021): Fishery statistics. <https://ec.europa.eu>

5. Produktgruppen

kleinem wildem Thunfisch (8 – 10 kg), der bis zu einer Marktgröße von 30 kg und mehr gezüchtet und auf dem japanischen Markt verkauft wird. Kroatien züchtet auch Muscheln, v. a. Miesmuscheln (*Mytilus galloprovincialis*) und Austern (*Ostrea edulis*). Diese werden mit Langleinen in speziell ausgewiesenen Gebieten wie der Westküste Istriens und dem Novigrader Meer gezüchtet. Die Süßwasserzucht in Kroatien produziert hauptsächlich Karpfen (*Cyprinus carpio*) (ca. 50 %) und Regenbogenforelle (*Oncorhynchus mykiss*; 30 %). Des Weiteren werden geringe Mengen von Silberkarpfen, Großkopfkarpfen, Welsen und Schleien gezüchtet sowie in geringen Mengen Hecht und Zander.

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Fisch und Meeresfrüchten in Kroatien wird auf 8 kg geschätzt. Somit ist der Gesamtverbrauch von Fisch und Fischprodukten pro Kopf deutlich niedriger als in anderen Mittelmeerländern. Die kroatischen Verbraucher bevorzugen frisch gefangenen und im Inland erzeugten Fisch. Meist werden Fische als Ganzes gekauft und anschließend zu Hause zubereitet. Der verarbeitete Fisch nimmt nur einen kleinen Prozentsatz des Gesamtkonsums ein und zwar in der Regel als Dosenware. Der Fischkonsum ist in den Küstengebieten weitaus höher als im Landesinneren. An den Küsten wird Fisch traditionell einmal pro Woche zu Hause verzehrt. Nur 3 % der kroatischen Bevölkerung essen täglich Fisch. Im Durchschnitt gibt eine Person 840 Kuna (112 EUR) pro Jahr für Fisch aus. Der meiste Fisch wird auf den traditionellen Fischmärkten verkauft, wo die Verfügbarkeit und Frische der Fischprodukte als sehr gut angesehen wird. Am beliebtesten sind preisgünstige Sorten wie Sardinen und Sardellen, gefolgt von Seehecht, Makrele und Bonito. Kroatien exportiert einen großen Teil seines hochwertigen Frischfischs aus der Adria wie Scampi und Rotbarbe nach Übersee, während in den Restaurants an der Küste oft Zuchtfisch oder billigere importierte Sorten serviert werden.

Obwohl Kroatien ein Nettoexporteur von Fisch und Meeresfrüchten ist, importiert das Land auch eine beachtliche Menge an Fisch und Meeresfrüchten im Wert von über 150 Mio. USD jährlich. Es wird prognostiziert, dass die Nachfrage nach Süßwasserfisch und Meeresfrüchten mit der Expansion der Fischzucht und des Fischverarbeitungssektors, der zunehmenden Popularität Kroatiens als beliebtes Reiseziel sowie dem Wunsch der Verbraucher nach Vielfalt und angesichts ihrer Ernährungsgewohnheiten steigen wird.

5.3 Obst und Gemüse

Einst war Kroatien der größte Hersteller von Obst und Gemüse in der Region, doch heute ist das Land ein Nettoimporteur vieler landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Trotz des günstigen Klimas und der 1,3 Mio. ha landwirtschaftlicher Nutzfläche, die für den Anbau zahlreicher Sorten geeignet sind, reicht das natürliche Potenzial Kroatiens nicht aus, um die Selbstversorgung mit Nahrungsmitteln zu sichern. Kroatien kann sich derzeit nur bei

5. Produktgruppen

Kartoffeln, Mais, Zucker und Weizen selbst versorgen. Zudem liegt der durchschnittliche tägliche Obst- und Gemüsekonsum der Kroaten über dem EU-Durchschnitt. Daher ist Kroatien ein attraktiver Markt für Obst- und Gemüseexporteure. Besonders die Nachfrage nach vielfältigen und hochwertigen Obst- und Gemüseprodukten wächst mit dem steten Anstieg des kroatischen Lebensstandards. Im Jahr 2020 hat die Gemüseindustrie einen Umsatz von 898 Mio. USD verzeichnet. Der Markt für Früchte und Nüsse hat hingegen einen Umsatz von 677 Mio. USD eingefahren.³⁴

In Kroatien wird Obst und Gemüse oft auf den lokalen Märkten, den „tržnica“ oder „pazar“ gekauft. Das Obstangebot variiert je nach Jahreszeit. In der Sommersaison werden oft Früchte wie Kirschen, Erdbeeren, Kiwis, Aprikosen, Nektarinen, Pfirsiche und Pflaumen angeboten. Außerdem gibt es Waldbeeren wie Heidelbeeren, Johannisbeeren, Himbeeren, Brombeeren und Preiselbeeren. Im Hochsommer kommen zudem verschiedene Melonenarten auf die Märkte. Gegen Ende des Sommers reifen Feigen und verschiedene Traubenarten. Im Frühherbst wird der Granatapfel besonders oft angeboten. Zu dieser Zeit werden auch Kastanien geerntet, die den ganzen Winter über aufbewahrt und später auf der Straße gebacken werden. Zu Beginn des Winters werden vorwiegend Mandarinen verkauft. Zu den einheimischen Früchten, die das ganze Jahr über auf den Märkten zu kaufen sind, gehören Äpfel, Orangen, Zitronen, Grapefruits und Birnen. Einige Früchte werden auch das ganze Jahr über importiert, wie unter anderem Bananen, Ananas, Mangos, Avocados und Kokosnüsse. Walnüsse, Mandeln und Haselnüsse werden ebenfalls zu jeder Jahreszeit angeboten, manchmal lokal produziert oder eben importiert.

Die Menschen wenden sich zunehmend einer gesunden Lebensweise zu und produzieren heimisches und ökologisches Gemüse. In der Sommersaison wird in Kroatien lokales grünes und rotes Gemüse wie grüne Bohnen, Tomaten, Gurken, Zucchini, Paprika, Auberginen, Artischocken, Saubohnen, Erbsen, Spargel, Brokkoli und rote Bete gekauft. Im Herbst werden schwarze und grüne Oliven, Mais und Kürbisse reif und auf den Märkten angeboten. Das ganze Jahr über wird einheimisches Gemüse wie Mangold, Spinat, Karotten, Kartoffeln, Süßkartoffeln, Petersilie, Lauch, Zwiebeln, Knoblauch, Blumenkohl, Kohl, Fenchel, Radieschen und viele verschiedene Salatarten angeboten. Zudem können auf den kroatischen Märkten das ganze Jahr über Champignons, Trüffel, Steinpilze und Austernpilze gekauft werden.

³⁴ Eurostat (2021): Datenbank. <https://ec.europa.eu>

5.4 Verarbeitete Konsumgüter

In Kroatien gibt es sehr viele Bäckereien und Konditoreien, denn Backprodukte sind außergewöhnlich beliebt. Im Durchschnitt essen die Kroaten 55 kg Brot und Gebäck pro Jahr. Aufgrund der hohen Nachfrage sind die Preise für Backprodukte höher als in den meisten anderen europäischen Staaten. Besonders beliebt sind in Kroatien typische, mit Käse gefüllte Backprodukte wie Burek, Slanci oder Zagorski. Zudem gibt es oft eine große Auswahl an Backprodukten, die mit Fruchtkompott gefüllt sind, wie Krafna, Lisnato s visnjama oder kroatischer Apfelstrudel. Die Unternehmen in der kroatischen Bäckereibranche erwirtschafteten 2019 einen Gewinn von 167,6 Mio. HRK, was einem Anstieg von 7,3 % gegenüber 2018 entspricht. Laut den Daten aus den jährlichen Finanzberichten waren 917 Unternehmen in der Herstellung von Brot, frischen Backwaren und Kuchen in Kroatien tätig und beschäftigten 15.884 Personen, was einem Anstieg von 1,7 % gegenüber 2018 entspricht. Die Gesamteinnahmen, die 2019 von Unternehmern in der Herstellung von Brot und verwandten Produkten erwirtschaftet wurden, beliefen sich auf 4,8 Mrd. HRK, was einem Anstieg von 5,8 % gegenüber 2018 entspricht. Im Jahr 2020 beliefen sich die Exporteinnahmen der Unternehmen in der Bäckerei- und Konditoreibranche auf 180,2 Mio. HRK, ein Anstieg von 28,4 % im Vergleich zu 2018. Die Importe stiegen um 154,5 % auf 242,6 Mio. HRK, was den großen Nachfrageanstieg nach ausländischen Bäckereiprodukten widerspiegelt. Von den 917 Unternehmen in der Herstellung von Brot, frischen Backwaren und Kuchen erwirtschaftete das Unternehmen Mlinar mit 693,2 Mio. HRK den höchsten Gewinn. Der Anteil des Unternehmens am Gesamtumsatz in der Bäckereibranche liegt bei 14,4 %.³⁵

Der kroatische Markt für Süßwaren ist besonders auf den Verkauf von Schokolade, Kaugummi und Zuckergebäck fokussiert. Im Jahr 2019 gab es 22 Unternehmen in der Industrie für Schokoladen- und Süßwaren, zwei mehr als 2018. Diese 22 Unternehmen beschäftigten 2.338 Arbeitnehmer. Das sind 4,1 % mehr als im Jahr 2018. Im Jahr 2019 beliefen sich die Gesamteinnahmen dieser Unternehmen auf 1,29 Mrd. HRK, das sind 7,5 % weniger als 2018. Die Gewinne der profitablen Unternehmen dieser Branche beliefen sich auf 9,8 Mio. HRK, während sich die Verluste der Unternehmen auf 16,4 Mio. HRK beliefen. Insgesamt hat die kroatische Kakao-, Schokoladen- und Süßwarenindustrie im Jahr 2019 einen Nettoverlust von insgesamt 6,5 Mio. HRK verzeichnet. Ihre Exporte beliefen sich im Jahr 2019 auf 517,2 Mio. HRK, was einem Rückgang von 1,7 % gegenüber dem Jahr 2018 entspricht.³⁶

³⁵ Državni Zavod Za Statistiku (2021): business statistics data. <https://sts baza.dzs.hr/en>

³⁶ a. a. O.

5. Produktgruppen

Der kroatische Markt für Süßwaren wird von drei Unternehmen dominiert: Kras, Kandit und Zvecevo. Kras erzielte 2019 einen Umsatz von 890,7 Mio HRK und beschäftigte 1.527 Mitarbeiter. Das in Zagreb ansässige Werk schloss das Jahr 2019 mit 7,5 Mio HRK ab. Kandit mit Sitz in Osijek meldete für 2019 einen Umsatz von 264,8 Mio HRK und einen Nettogewinn von 1,7 Mio HRK. Zvecevo, mit Sitz in der westslawonischen Stadt Požega, erzielte einen Umsatz von 93,9 Mio. HRK und verzeichnete einen Verlust von 15 Mio HRK.

Ein wichtiges Standbein des Marktes für verarbeitete Konsumgüter in Kroatien sind die Nahrungsergänzungsmittel. Vitamine und Nahrungsergänzungsmittel sind eine der wenigen Kategorien in der kroatischen Lebensmittelindustrie, in denen kroatische Unternehmen zu den führenden Herstellern in der EU gehören. Nahrungsergänzungsmittel sind häufig pflanzlicher Herkunft und sprechen besonders kroatische Verbraucher an, die nach natürlichen Produkten suchen. Die Branche für pflanzliche Nahrungsergänzungsmittel wächst folglich parallel zum wachsenden Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher. Zwei einheimische Unternehmen führen zurzeit den Umsatz an: Atlantic Grupa d.d. (15 % Marktanteil) und Encian d.o.o. (11 %). Das Marktvolumen belief sich im Jahr 2020 auf 11,7 Mio. EUR.³⁷

5.5 Getränke

5.5.1 Alkoholfreie Getränke

Die kroatische Getränkeindustrie ist stark auf die Herstellung alkoholischer Getränke spezialisiert. Dennoch ist das Segment der alkoholfreien Getränke ein wichtiger Bereich für die kroatische Wirtschaft.

Tabelle 8: Umsätze des Bereiches alkoholfreie Getränke in Kroatien

Segment	Prognostiziertes Wachstum	Umsatz
Kaffee	4,84 %/Jahr	1.152 Mio. USD
Tee	- 3,01 %/Jahr	5,9 Mio. USD
Abgefülltes Wasser	2,46 %/Jahr	167 Mio. USD
Softgetränke	6,01 %/Jahr	571 Mio. USD
Säfte	5,05 %/Jahr	78 Mio. USD

Quelle: Državni Zavod Za Statistiku (2021)³⁸

Den größten Anteil am Markt für alkoholfreie Getränke hat das Segment der Softgetränke, da es seit der Einführung von großen Discountern im Jahr 2006 stark gewachsen ist und

³⁷ Državni Zavod Za Statistiku (2021): business statistics data. <https://stsbaza.dzs.hr/en>

³⁸ a. a. O.

5. Produktgruppen

voraussichtlich stark weiterwachsen wird. Weitere wichtige Produkte im Bereich alkoholfreie Getränke sind Heißgetränke wie Kaffee und Tee sowie gekühlte Getränke wie abgefülltes Wasser und Säfte. Kaffee und Tee wird häufig in Cafés getrunken, die immer mehr als Treffpunkt für junge sowie ältere Kroaten gelten. Allerdings gibt es bei den Heißgetränken starke Unterschiede: Im Jahr 2020 wurden im Bereich der alkoholfreien Getränke in Kroatien die höchsten Umsätze mit Kaffee und die mit Abstand niedrigsten Umsätze mit Tee erzielt. Abgefülltes Wasser wird meist nur zum Verzehr außer Haus getrunken. Zu Hause trinken über 87 % der Kroaten das qualitativ hochwertige Wasser aus Leitungshähnen.³⁹

5.5.2 Wein

Kroatien ist für seine Qualitätsweine bekannt, insbesondere für die Weine der Inseln Pelješac, Hvar und Brač. Die heimische Weinproduktion ist ein besonders wichtiges Segment der kroatischen Landwirtschaft und spielt eine wichtige Rolle für den für Kroatien essenziellen Tourismus. Kroatien hat eine reiche Tradition des Weinanbaus und der Weinherstellung. Die Qualität der kroatischen Weine hat sich nach der Abspaltung Kroatiens vom ehemaligen Jugoslawien verbessert und in den letzten Jahren ein hohes Niveau erreicht. Laut dem Bericht des kroatischen Zentralamts für Statistik über die landwirtschaftliche Produktion 2019 bewirtschafteten die kroatischen Landwirte 20.000 ha Rebfläche, produzierten 108.296 t und 70,4 Mio. l Wein. Die kroatischen Verbraucher hatten jahrelang kaum eine andere Wahl, als einheimische Weine zu konsumieren. Nach der Unabhängigkeit Kroatiens öffnete sich jedoch der Weinmarkt und immer mehr ausländische Weine wurden angeboten. Da die Kroaten sehr stolz auf ihre lokalen Weine sind, entwickelt sich der Markt für ausländische Weine nur langsam. Es wird erwartet, dass die Nachfrage nach ausländischem Wein mit dem steigenden Lebensstandard der Kroaten wachsen wird. Dies gilt insbesondere für das Marktsegment der Weine mittlerer bis höherer Qualität. Im Jahr 2020 importierte Kroatien Wein im Wert von 31 Mio. USD. Die Einfuhren stammten hauptsächlich aus Mazedonien, Frankreich, Italien und Deutschland. Von 2017 bis 2019 gab es einen jährlichen Anstieg der Weinimporte, die jedoch von 2019 bis 2020 um 15 % zurückgingen. Kroatiens Weinexporte im Jahr 2020 gingen hauptsächlich nach Bosnien und Herzegowina, Deutschland und Montenegro und hatten einen Wert von 14,6 Mio. USD.⁴⁰

5.5.3 Bier

Der kroatische Markt für Bier wird von drei großen Brauereien beherrscht, die sich im Besitz globaler Brauereikonzerne befinden. Daneben gibt es ein Dutzend mittelgroße, kleine und Mikrobrauereien. Von der Gesamtzahl der Brauereien haben sechs eine Produktionskapazität

³⁹ Croatian Institute of Public Health (2018): Drinking water safety in Croatia. www.hzjz.hr

⁴⁰ Državni Zavod Za Statistiku (2021): business statistics data. <https://sts baza.dzs.hr/en>

5. Produktgruppen

von mehr als 10 Mio. l pro Jahr. Mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 80 l pro Jahr gehört Kroatien zu den zehn europäischen Ländern mit dem höchsten Bierverbrauch. Der Biermarkt in Kroatien befindet sich noch in der Entwicklung. Führende Hersteller sind Zagrebačka pivovara (Ožujsko, Becks, Löwenbräu, Staropramen, Stella Artois, Tomislav), Heineken Hrvatska (Karlovačko, Heineken) und Carlsberg (Pan, Holsten, Tuborg). Kleinere Hersteller sind Osječka pivovara, Pivovara Daruvar und Pivovara Ličanka.

Die beliebteste kroatische Biermarke ist Ožujsko, der offizielle Sponsor der kroatischen Fußballnationalmannschaft und eines der ältesten Biere Kroatiens. Sein Name leitet sich von der kroatischen Bezeichnung für März (ožujak) ab, da in diesem Monat traditionell die besten Biere hergestellt wurden. Das zweitbeliebteste Bier, Karlovačko pivo, wurde nach der Stadt Karlovac benannt, in der es gebraut wird. Die Marke befindet sich im Besitz von Heineken. Neben den traditionellen Light-Bieren sind auch Dunkel- und Mischbiere sehr beliebt. Tomislav, benannt nach dem ersten kroatischen König aus dem 10. Jahrhundert, ist das beliebteste dunkle Bier. Es wird von der Zagreber Brauerei hergestellt und ist das stärkste kroatische Bier (7,3 % Alkoholgehalt).

5.5.4 Weitere alkoholische Getränke

Bei jüngeren Kroaten gibt es den Trend, Wein mit alkoholfreien Getränken zu mischen. Viele Bars und Clubs in Kroatien bieten diese „Mixer“ als Teil ihres regulären Angebots an. Das wahrscheinlich beliebteste alkoholische Getränk unter Studenten und jüngeren Generationen ist Bambus, eine Mischung aus Rotwein und Cola. Gemišt, vom deutschen Wort gemischt, ist ein Mixgetränk aus Weißwein und etwas Sprudelwasser. Gemišt ist in den kontinentalen Teilen Kroatiens sehr beliebt, während sein Pendant an der Küste Bevanda heißt.

Rakija ist das beliebteste alkoholische Getränk in Kroatien. Er gehört zu den bekanntesten Spirituosen der Mittelmeerregion. Rakija ist ein sehr starker Obstbrand mit einem Alkoholgehalt von bis zu 40 %. Einige der beliebtesten Rakija-Sorten sind Medica (der Honig-Rakija), Višnjevača (der Kirsch-Rakija) und Šljivovica (der Pflaumen-Rakija). Die meisten Haushalte in Kroatien haben mindestens eine Sorte Rakija zu Hause, um Gäste mit einem Getränk begrüßen zu können.

6. Rechtliche Rahmenbedingungen und Einfuhrbedingungen

6.1 Einfuhrbedingungen

Mit dem Beitritt Kroatiens zur Vollmitgliedschaft in der EU wurde das Gebiet Kroatiens Teil des einheitlichen Zollgebiets der Union und ab 1. Juli 2013 wurden alle Zollkontrollen bei der Einfuhr oder dem Warenverkehr zwischen Kroatien und anderen Mitgliedstaaten abgeschafft. Der Handel mit inländischen Waren zwischen Personen in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten gilt nicht als Einfuhr und unterliegt keinen Zollverfahren und Kontrollen. Gegenstand der Zollkontrolle sind Waren, die aus Ländern eingeführt werden, die nicht Mitglied der EU sind und die ab dem Zeitpunkt der Einfuhr zollamtlichen Kontrollmaßnahmen unterliegen, die eine zollrechtlich zugelassene Behandlung oder Verwendung der Waren erfordern. Am 1. Mai 2016 begann die Anwendung des neuen Zollkodex gemäß der Verordnung (EU) Nr. 952/2013.

Der kroatische Agrarsektor wird durch die gemeinsame Agrarpolitik der EU geregelt. Als 28. EU-Mitgliedstaat wendet Kroatien die gleichen Zölle und Grenzmaßnahmen an wie alle anderen EU-Mitgliedstaaten. Produkte, die nach Kroatien eingeführt werden, müssen alle kroatischen und EU-Standards für Lebensmittelsicherheit und -qualität sowie die Etikettierungs- und Verpackungsvorschriften erfüllen. Eingehende Waren, die von außerhalb der EU importiert werden, müssen an Transportterminals oder Flughäfen verzollt werden. Nachdem die Waren beim Zoll eingetroffen sind, leitet der Importeur oder Spediteur das Abfertungsverfahren ein, indem er die erforderlichen Dokumente bei den Kontrollabteilungen und der Zollstelle einreicht. Das Verfahren beginnt bei der Abteilung für Sanitärinspektion der staatlichen Inspektion, die alle Produkte mit Ausnahme von tierischen Produkten kontrolliert. Tierische Produkte werden von der Abteilung für Veterinärinspektion der staatlichen Inspektion kontrolliert. Zur Überprüfung der Lebensmittelsicherheit, der Qualität und der Biotechnologie werden Stichproben durchgeführt. Der Eigentümer der Sendung, in der Regel der Importeur, muss für alle Produktkontrollen aufkommen. Werden die Produkte als verdächtig oder gesundheitlich bedenklich eingestuft, wird die Sendung zurückgehalten, bis alle Ergebnisse der Analysen vorliegen. Die Zollabfertigung und die Auslagerung erfolgen unter Aufsicht eines Zollbeamten, der die Dokumente mit den Waren vergleicht, nachdem die Kontrollen abgeschlossen sind.

Die Einfuhrbescheinigungen müssen in der kroatischen Amtssprache abgefasst sein. Die durchschnittliche Dauer der Zollabfertigung von Lebensmitteln beträgt einen Tag, wenn alle Dokumente in Ordnung sind und die Sendung nicht stichprobenartig geprüft wird. Andernfalls kann die Zollabfertigung bis zum Vorliegen der Testergebnisse zwischen fünf

6. Rechtliche Rahmenbedingungen und Einfuhrbedingungen

und zehn Tagen dauern. Der rechtliche Rahmen für die kroatische Lebensmittelindustrie wird durch die folgenden Gesetze gegeben:

Tabelle 9: Übersicht der wichtigsten Gesetze für den Lebensmittelmarkt in Kroatien

Gesetz	Zweck	Quelle
Lebensmittelgesetz	Bestimmt die zuständigen Organe und Aufgaben der zuständigen Stellen und Pflichten für das Lebensmittel- und Futtermittelgewerbe.	www.zakon.hr
Verordnung (EU) 2015/2283 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2015 über neuartige Lebensmittel	Bestimmt die Vorgehensweise und die Pflichten bei der Zulassung von neuartigen Lebensmitteln.	https://eur-lex.europa.eu
Gesetz über Lebensmittelhygiene und mikrobiologische Kriterien für Lebensmittel	Gibt unter anderem die Verwaltungsmaßnahmen zur Durchführung von Tests zur Lebensmittelhygiene vor.	www.zakon.hr
Gesetz über Lebensmittelzusatzstoffe, Aromen und Lebensmittelenzyme	Bestimmt unter anderem die Pflichten der amtlichen Laboratorien und Lebensmittelunternehmen zur Umsetzung von Vorgaben für Lebensmittelzusatzstoffe, Aromen und Lebensmittelenzyme.	www.zakon.hr
Gesetz über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben sowie nährstoffangereicherte Lebensmittel	Bestimmt unter anderem die Pflichten der Lebensmittelunternehmen bei der Angabe von Nährwert- und gesundheitsbezogenen Daten sowie die Beschriftung von nährstoffangereicherten Lebensmitteln.	www.zakon.hr
Gesetz über die Einfuhr von Lebens- und Futtermitteln aus Drittstaaten	Bestimmt die Einfuhr von Lebens- und Futtermitteln aus Drittstaaten gemäß den EU-Vorgaben.	www.zakon.hr

6. Rechtliche Rahmenbedingungen und Einfuhrbedingungen

Gesetz	Zweck	Quelle
Gesetz zur Durchführung der EU-Verordnungen über Säuglingsnahrung, Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke und Ersatz für die ganztägige Ernährung	Legt unter anderem die Anforderungen an Zutaten und Informationen für Folgendes fest: Lebensmittelkategorien für Säuglingsnahrung.	www.zakon.hr
Gesetz über Materialien und Gegenstände, die direkt mit Lebensmitteln in Berührung kommen	Bestimmt unter anderem die Vorgaben für die Materialien und Gegenstände, die direkt mit Lebensmitteln in Berührung kommen.	www.zakon.hr
Schadstoffgesetz	Bestimmt unter anderem die Höchstgehalte für schädliche Substanzen in Lebensmitteln und regelt den Umgang mit kontaminierten Lebensmitteln.	www.zakon.hr
Gesetz zur Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 396/2005 über Höchstgehalte für Pestizidrückstände in und auf Lebens- und Futtermitteln pflanzlichen und tierischen Ursprungs	Bestimmt unter anderem die Höchstgehalte für Pestizidrückstände in und auf Lebens- und Futtermitteln pflanzlichen und tierischen Ursprungs.	www.zakon.hr
Gesetz über Lebensmittelhygiene und mikrobiologische Kriterien für Lebensmittel	Bestimmt unter anderem Pflichten von Lebensmittelunternehmen zur Einhaltung der Lebensmittelhygiene sowie die mikrobiologischen Kriterien für Lebensmittel.	www.zakon.hr
Gesetz über genetisch veränderte Organismen	Bestimmt unter anderem den Umgang mit genetisch veränderten Organismen in Lebensmitteln.	www.zakon.hr

6. Rechtliche Rahmenbedingungen und Einfuhrbedingungen

Gesetz	Zweck	Quelle
Gesetz über genetisch veränderte Lebens- und Futtermittel sowie über die Rückverfolgbarkeit und Kennzeichnung genetisch veränderter Organismen und die Rückverfolgbarkeit von aus genetisch veränderten Organismen hergestellten Lebens- und Futtermitteln	Bestimmt in Einhaltung des EU-Rechts unter anderem die Kennzeichnung genetisch veränderter Organismen und die Rückverfolgbarkeit von aus genetisch veränderten Organismen hergestellten Lebens- und Futtermitteln.	www.zakon.hr
Weingesetz	Bestimmt die Vorgaben für den Weinbau und die Herstellung von Erzeugnissen des Weinsektors.	www.zakon.hr
Verbraucher-informationsgesetz	Bestimmt gemäß den EU-Vorgaben unter anderem die Kennzeichnung von Lebensmitteln in Hinsicht auf Inhaltsstoffe, die allergische Reaktionen hervorrufen können.	www.zakon.hr
Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates	Bestimmt die Anforderungen zur Lebensmittelkennzeichnung	https://eur-lex.europa.eu
Verordnung (EG) Nr. 834/2007 des Rates	Bestimmt die Anforderungen an biologisch hergestellte Lebensmittel, sowie deren Kennzeichnung.	https://eur-lex.europa.eu

Quelle: Bitte der Liste entnehmen.

Der Großteil der oben genannten Gesetzgebung basiert auf europäischen Direktiven oder Regularien, die in kroatisches Recht übernommen wurden. Die von der EU vorgegebenen Lebensmittelstandards, die unter anderem auch in Deutschland gelten, finden folglich auch in Kroatien Anwendung.

6.2 Steuern

Steuern werden in Kroatien sowohl von der Zentral- als auch von der Regionalregierung erhoben. Die wichtigsten Einnahmequellen für den kroatischen Staat sind Einkommensteuern, Sozialversicherungsbeiträge, die Körperschaftsteuer und die Mehrwertsteuer, die alle auf nationaler Ebene erhoben werden.

6. Rechtliche Rahmenbedingungen und Einfuhrbedingungen

Tabelle 10: Übersicht über die Steuersätze in Kroatien

	Steuer	Bedingungen	Steuersatz
1.	Körperschaftsteuer (Gewinnsteuer)	Für Einnahmen bis zu 7,5 Mio. HRK, die in einem Steuerzeitraum erwirtschaftet wurden	10 %
		Die erzielten Einnahmen in einem Steuerzeitraum sind gleich oder höher als 7,5 Mio. HRK.	18 %
2.	Einkommensteuersatz auf die Quellensteuer	Allgemein	15 %
		Für Dividenden und Gewinnanteile sowie für Auftritte ausländischer Künstler	10 %
		Auf alle Dienstleistungen und alle Arten von Gebühren, die an Personen gezahlt werden, die ihren Sitz, Hauptsitz oder ihre Aufsicht in den Ländern haben, die auf der EU-Liste der nicht kooperativen Rechtsordnungen für Steuerzwecke aufgeführt sind.	20 %
3.	Einkommensteuersätze	Für Einkommen bis 360.000 HRK/ 47.745,36 EUR pro Jahr (bis 30.000 HRK/ 3.978,78 EUR pro Monat)	20 %
		Für Einkommen über 360.000 HRK/ 47.745,36 EUR pro Jahr (über 30.000 HRK/3.978,78 EUR pro Monat)	30 %
4.	Regionale Zuschlagssätze	Gemeinden	bis 10 %
		Städte unter 30.000 Einwohner	bis 12 %
		Städte über 30.000 Einwohner	bis 15 %
		Stadt Zagreb	bis 18 %
5.	Mehrwertsteuer	Allgemeiner Satz (Ausnahmen werden unten aufgelistet)	25 %
6.	Gründerwerbsteuer	Wird vom Käufer bezahlt	3 %

Quelle: Ministry of Economy and Sustainable Development of Croatia (2021).⁴¹

Die Mehrwertsteuer in Kroatien wird in drei unterschiedlichen Sätzen angewendet. Allgemein gilt der Steuersatz von 25 % für alle nicht weiter aufgeführten Waren. Für folgende Waren und Dienstleistungen gilt ein ermäßigter Mehrwertsteuersatz von 13 %:

⁴¹ Ministry of Economy and Sustainable Development of Croatia (2021): Tax System. <https://investcroatia.gov.hr>

6. Rechtliche Rahmenbedingungen und Einfuhrbedingungen

- Beherbergungsdienstleistungen
- Zeitungen und Zeitschriften (außer wissenschaftliche Zeitschriften)
- Speiseöle und -fette pflanzlichen und tierischen Ursprungs
- Kindersitze und Babynahrung
- Leitungswasser, ausgenommen Wasser, das in Flaschen oder in anderen Verpackungen in Verkehr gebracht
- Konzertkarten
- Lieferung von Strom an andere Lieferanten oder Endverbraucher
- Gemischte Siedlungsabfälle
- Urnen und Särge
- Sämlinge und Samen
- Düngemittel und Pestizide und andere Agrochemikalien
- Tierfutter, ausgenommen Heimtierfutter.

Für folgende Waren und Dienstleistungen gilt ein ermäßigter Mehrwertsteuersatz von 5 %:

- Alle Brotsorten
- Alle Arten von Milch (Kühe, Schafe, Ziegen), (außer andere Milchprodukte)
- Bücher mit beruflichem, wissenschaftlichem, künstlerischem, kulturellem und erzieherischem Inhalt
- Verschreibungspflichtige Arzneimittel
- Medizinische Geräte und medizinische Hilfsmittel
- Kinokarten
- Wissenschaftliche Zeitschriften.

6.3 Gründung von Niederlassungen

Ausländische Unternehmen und Einzelunternehmer gelten unter den gesetzlich vorgeschriebenen Bedingungen als inländische juristische Personen mit allen Rechten und Pflichten, die für kroatische Staatsangehörige gelten. Sie können jedoch keine kontinuierlichen Tätigkeiten im kroatischen Hoheitsgebiet ausüben, solange sie nicht eine Tochtergesellschaft in Kroatien gegründet haben. Eine Tätigkeit gilt nicht als kontinuierlich, wenn es sich um eine gelegentliche oder einmalige Ausübung der Tätigkeit oder um ein bestimmtes Werk handelt (Konzept des freien Dienstleistungsverkehrs im Einklang mit der EU). Sowohl ausländische als auch inländische juristische Personen haben das Recht, Unternehmen zu gründen und zu besitzen und einkommenserzeugende Tätigkeiten auszuüben. Ausländische Investoren können Eigentum und Anteile an Aktiengesellschaften erwerben.⁴²

⁴² Republic of Croatia, Ministry of Economy, Entrepreneurship and Crafts and Sustainable Development (2021): Investment Guide. <https://investcroatia.gov.hr>

6. Rechtliche Rahmenbedingungen und Einfuhrbedingungen

Es gibt folgende Gesellschaftsformen in Kroatien:

1. Aktiengesellschaft (d.d.):
Das Mindestgrundkapital beträgt etwa 26.525 EUR (200.000 HRK), der minimale Nennwert einer Aktie liegt bei etwa 1,50 EUR (10 HRK).
2. Gesellschaft mit beschränkter Haftung (d.o.o.):
Das Mindeststammkapital beträgt etwa 2.653 EUR (20.000 HRK), wovon mindestens ein Viertel vor der Eintragung in das Gerichtsregister in bar eingezahlt werden muss.
3. Einfache Gesellschaft mit beschränkter Haftung (j.d.o.o.):
Das Mindeststammkapital beträgt etwa 1,33 EUR (10 HRK) und muss vor der Eintragung in das Gerichtsregister in bar eingezahlt werden.
4. Europäische Gesellschaft:
Eine Europäische Gesellschaft ist eine Art Aktiengesellschaft, die dem EU-Recht unterliegt. Das Mindeststammkapital für die Gründung beträgt 120.000 EUR

Schritte zur Neugründung von Unternehmen in Kroatien:

- Schritt 1: Prüfen, ob der Name des Unternehmens verfügbar ist. Die Tätigkeiten gemäß der nationalen Klassifikation der Tätigkeiten wählen und die Adresse des Firmensitzes in Kroatien angeben .
- Schritt 2: Einreichung notarieller Beglaubigung des Gesellschaftsvertrags und anderer notwendiger Dokumente. Einzahlung des Stammkapitals bei der Bank und Einreichung des Antrags beim Handelsgericht (persönlich oder elektronisch über hitro.hr).
- Schritt 3: Beantragung der statistischen Registrierungsnummer und Eröffnung eines Bankkontos
- Schritt 4: Anmeldung bei der kroatischen Steuerverwaltung (Porezna uprava) für die Mehrwertsteuer, Gewinnsteuer und Einkommensteuer für Arbeitnehmer
- Schritt 5: Anmeldung bei der kroatischen Rentenversicherungsanstalt (HZMO) und der kroatischen Krankenversicherungsanstalt.

Das kroatische Ministerium für Wirtschaft und nachhaltige Entwicklung bietet zudem die Möglichkeit zur Onlinegründung von Unternehmen. Der Service lässt sich allerdings nur von kroatischen Gründern sowie Gewerbetreibenden nutzen. Die zugehörige Website kann unter <https://start.gov.hr> aufgerufen werden. Das neue System ermöglicht den Unternehmern in Kroatien, in wenigen Tagen ein Unternehmen zu gründen und ist mit deutlich weniger Kosten verbunden.

7. SWOT-Analyse

Strengths (Stärken)	Weaknesses (Schwächen)
<ul style="list-style-type: none"> • Guter Marktzugang, da Mitglied der EU • Der Lebensstandard der Bevölkerung wächst • Stabiles Regierungs-, Banken- und Rechtssystem – garantiert durch EU-Mitgliedschaft • Erfolgreiche Steuerreformen wurden verabschiedet 	<ul style="list-style-type: none"> • Starke regionale Unterschiede zwischen den am Meer und im Inland befindlichen Gebieten • Vergleichsweise niedrige und sinkende Bevölkerungszahl • Eher kleiner Markt • Industrie ist rückläufig und zunehmend auf wenige Unternehmen konzentriert
Opportunities (Chancen)	Threats (Risiken)
<ul style="list-style-type: none"> • Große Nachfrage, die nicht durch lokale Produktion gedeckt werden kann • Mangel an wertesteigernder Technologie • Vertrauen der Verbraucher in die Lebensmittelsicherheit und -qualität deutscher Produkte • Aussicht auf Beitritt zum Euroraum • Verstärkte Investitionen in Energie, Transport und Logistik 	<ul style="list-style-type: none"> • Starke Abhängigkeit vom Tourismus • Geringes Investitionsaufkommen • Fehlende Innovationen • Starke „Lokalkauf“-Bewegungen • Hohe Abwanderung von jungen Kroaten und Fachkräften

8. Adressmaterial

8.1 Behörden und Verbände

Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja (Ministerium für Wirtschaft und nachhaltige Entwicklung)	
Adresse/Online auftritt	Ministarstvo gospodarstva i održivog razvoja Radnička cesta 80 10 000 Zagreb Kroatien www.mingor.gov.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: javnost@mingor.hr Tel.: +385 1 6106 111 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 etc.).

Ministarstvo poljoprivrede (Landwirtschaftsministerium)	
Adresse/Online auftritt	Ministarstvo poljoprivrede Grada Vukovara 78 10 000 Zagreb Kroatien www.poljoprivreda.gov.hr/
Kontakt	Frau Sandra Zokić Leiterin Direktion für Agrarland, Pflanzenproduktion und Markt E-Mail: uprava.poljoprivrede@mps.hr Tel: +385 1 6106 724 Fax: +385 1 6106 550
Profil	Das Landwirtschaftsministerium nimmt Verwaltungs- und sonstige Aufgaben in den Bereichen Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft wahr. Es reguliert und erlässt Richtlinien zum Anbau, der Verwendung von Sorten, Düngemitteln, Pflanzenschutzmitteln, zur Pflanzengesundheit, zur Zucht von Nutztieren und schreibt Bedingungen für Produktion und Handel vor.

8. Adressmaterial

Ministarstvo zdravstva (Gesundheitsministerium)	
Adresse/Online auftritt	Ministarstvo zdravstva Ksaver 200a 10 000 Zagreb Kroatien www.zdravstvo.gov.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: parnuti@miz.hr Tel.: +385 1 4607 555 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.

Državni inspektorat (Staatsinspektion)	
Adresse/Online auftritt	Državni inspektorat Šubićeve 29, 10 000 Zagreb Kroatien www.dirh.gov.hr
Kontakt	Frau Marina Lovrić Sektorleiterin Handel E-Mail: marina.lovric@dirh.hr Tel.: +385 1 2375 344
Profil	Die kroatische Staatsinspektion ist für alle Inspektionsdienste, z. B. Veterinär-, Gesundheits- und Pflanzenschutzdienste zuständig.

8. Adressmaterial

Državni zavod za mjeriteljstvo (Staatliches Amt für Metrologie)	
Adresse/Online auftritt	Državni zavod za mjeriteljstvo Capraška 6 10 000 Zagreb Kroatien www.dzm.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: pisarnica@dzm.hr Tel.: +385 1 5630 000 Fax: +385 1 5630 001
Profil	Das Staatliche Amt für Metrologie kontrolliert messtechnische Anforderungen an Verpackungen und Flaschen zur Nutzung im Lebensmittelsektor.

Državni zavod za intelektualno vlasništvo (Staatliches Amt für geistiges Eigentum)	
Adresse/Online auftritt	Državni zavod za intelektualno vlasništvo Vukovara 78 10 000 Zagreb Kroatien www.dziv.hr/en/
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen Tel: +385 1 6106 418 Fax: +385 1 6112 017 Kundensupport und Informationsdienste E-Mail: info@dziv.hr Tel: +385 1 6109 825 Fax: +385 1 6112 017
Profil	Das Staatliche Amt für geistiges Eigentum führt Verfahren zur Erteilung von gewerblichen Schutzrechten (Patente, Marken, Geschmacksmuster, geografische Angaben und Ursprungsbezeichnungen, Topografien von Halbleiterprodukten) durch und übt begleitende gesetzgeberische Tätigkeiten aus. Darüber hinaus stellt es Informationen und Dienstleistungen im Bereich des geistigen Eigentums bereit und arbeitet mit anderen Institutionen, Wirtschafts- und wissenschaftlichen Einrichtungen zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums und Unterstützung der Innovationstätigkeit zusammen.

8. Adressmaterial

Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu (Agentur für Landwirtschaft und Lebensmittel)	
Adresse/Online auftritt	Hrvatska agencija za poljoprivredu i hranu Vinkovačka cesta 63c 31 000 Osijek Kroatien www.hapih.hr
Kontakt	Abteilung Geschäftsprozessunterstützung E-Mail: sppp@hapih.hr Tel.: +385 31 275 200
Profil	Die kroatische Agentur für Landwirtschaft und Lebensmittel ist eine staatliche Organisation, deren Tätigkeiten die Forschung im Bereich Agronomie, Pflanzenschutz, Saat- und Pflanzgutproduktion, Weinbau, Weinbereitung, Ölproduktion, Obstbau, Gemüsebau, landwirtschaftliche Flächen, Viehzucht, Qualitätskontrolle von frischer Rohmilch, Honig und Futtermitteln sowie Lebensmittelsicherheit umfasst.

Hrvatska gospodarska komora (Wirtschaftskammer)	
Adresse/Online auftritt	Hrvatska gospodarska komora Rooseveltov trg 2 10 000 Zagreb Kroatien www.hgk.hr/s-poljoprivredu-prehrambenu-industriju-i-sumarstvo
Kontakt	Beschaffung von Markt- und Geschäftsinformationen E-Mail: hgk@hgk.hr Tel.: +385 1 4606 708 Abteilung für Landwirtschaft, Lebensmittelindustrie und Forstwirtschaft E-Mail: poljoprivreda@hgk.hr Tel.: +385 1 4826 066 Fax: +385 1 4561 545
Profil	Die kroatische Wirtschaftskammer (Handel) stellt Marktinformationen zu verschiedenen Sektoren in Kroatien bereit und begleitet Unternehmen bei der Markterschließung.

8. Adressmaterial

Hrvatska udruga poslodavaca (Arbeitgeberverband)	
Adresse/Online auftritt	Hrvatska udruga poslodavaca Radnička Cesta 52 10 000 Zagreb Kroatien www.hrturizam.hr/en
Kontakt	Frau Milka Kosanovic Directorin E-Mail: milka.kosanovic@hup.hr 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, Viehzucht und Fischerei. Der Verband verfügt über neun regionale Niederlassungen.

Centar Za Sigurnost Hrane	
Adresse/Online auftritt	Centar Za Sigurnost Hrane Gundulića 36b 31 000 Osijek Kroatien www.hah.hr/en
Kontakt	Allgemeine Kontaktinformationen E-Mail: info@hah.hr Tel.: +385 3 1214 900/+385 3 1227 600 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.

8. Adressmaterial

Gospodarska interesna udruga proizvođača pića Hrvatske (GIUPPH) (Verband der Getränkehersteller)	
Adresse/Online auftritt	Gospodarska interesna udruga proizvođača pića Hrvatske (GIUPPH) Getaldićeva 3 10 000 Zagreb Kroatien www.giupp.hr/hr/o-udruzenju-3/english/
Kontakt	Allgemeine Kontaktaufnahme E-Mail: giupp@giupp.hr
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 seine Mitglieder sowie ausländische Unternehmen zu Markttrends und staatlichen/europäischen Beschlüssen.

8.2 Lebensmittelhersteller

In Kroatien produzieren auch viele Großhändler Lebensmittel. Diese werden im Unterkapitel 8.3 Großhändler, Distributoren und Importeure gelistet.

Badel 1862 d.d.	
Adresse/Online auftritt	Badel 1862 d.d. Ulica grada Gospića 7 10 000 Zagreb Kroatien www.badel1862.hr
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: badel1862@badel1862.hr 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 für verschiedene international bekannte Hersteller von Spirituosen wie Tradall, Marie Brizard, Borco und Underberg.

8. Adressmaterial

Belje plus d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	Belje plus d.o.o. Industrijska zona 1, Mece 31 326 Darda Kroatien www.belje.hr
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: uprava@belje.hr Tel.: +385 31 790 200
Profil	Mit über 300 Jahren Tradition in der Lebensmittelproduktion ist Belje plus d.o.o. heute an 70 Standorten tätig. Das Unternehmen verfügt über 20.000 ha Ackerland und betreibt Viehzucht auf mehr als 20 Schweinezucht-, Rindermast- und Milchviehbetrieben. Belje plus d.o.o. besitzt auch 620 ha Weinberge, zwei Tierfutterfabriken, zwei Milchproduktfabriken (Beli Manastir und Osijek), ein Weingut mit Weinkeller sowie eine traditionelle Wurstwarenproduktion. Belje plus d.o.o gehört zur Fortenova grupa d.d..

Jamnica plus d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	Jamnica plus d.o.o. Getaldičeva 3 10 000 Zagreb Kroatien www.jamnica.company
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@jamnica.hr Tel.: +385 1 2393 111
Profil	Jamnica plus d.o.o. in Kroatien bildet gemeinsam mit Sarajevski kiseljak d.o.o. in Bosnien und Herzegowina, Mg Mivela d.o.o. in Serbien, Jamnica mineralna voda d.o.o. in Slowenien und Jamnica Water Kft. in Ungarn die Beverages Group als organisatorischer Bereich innerhalb der Fortenova grupa d.d.. Jamnica plus d.o.o. betreibt eine der modernsten Mineral-, Quellwasser- und Erfrischungsgetränkeabfüllanlagen Europas. Die Beverages Group beschäftigt rund 1.500 Mitarbeiter, hat eine jährliche Gesamtproduktionsleistung von mehr als 600 Mio. Litern Mineralwasser.

8. Adressmaterial

Kraš Food Industry Plc	
Adresse/Online auftritt	Kraš Food Industry Plc Ravnice 48 10 000 Zagreb Kroatien www.kras.hr
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@kras.hr Tel.: +385 1 2396 111
Profil	<p>Kraš Food Industry Plc, mit Hauptsitz in Zagreb, ist der größte Süßwarenhersteller in Südosteuropa. Das Unternehmen ist der führende kroatische Süßwarenhersteller in drei Produktkategorien: Kakaoprodukte (Schokoriegel und Schachtelpralinen), Süßwaren auf Mehlbasis (Kekse, Waffeln und Kuchen) und Zuckerwaren (Bonbons). Die Jahresproduktion liegt bei ca. 35.900 t Süßwaren, von denen mehr als die Hälfte auf dem kroatischen Markt verkauft wird. Fast die Hälfte des Gesamtumsatzes wird in den Exportmärkten USA, Australien, Kanada, Naher Osten, Mittel- und Westeuropa sowie Ländern in Südosteuropa erwirtschaftet. Innerhalb der Kraš Gruppe ist Karolina d.o.o. in Osijek, Kroatien, aktiv. Hier werden auf insgesamt 12 Produktionslinien etwa siebenzig Produkte, insbesondere der Marken Moto und Jadro, hergestellt.</p>

8. Adressmaterial

PIK Vrbovec plus d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	PIK Vrbovec plus d.o.o. Zagrebačka 148 10 340 Vrbovec Kroatien www.pik-vrbovec.hr
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: pik@pik-vrbovec.hr Tel.: +385 1 2794 777 Fax: +385 1 2794 704
Profil	PIK Vrbovec plus d.o.o. ist mit einem Marktanteil von ca. 40 % Marktführer in Kroatien im Bereich rotes Fleisch und Hersteller von vielen verschiedenen Fleischprodukten wie Schinken, Mortadella, Trockensalami, Wiener und Fleischwurst. Die Produkte werden unter den Marken PIK und Sljeme vertrieben. PIK-Produkte werden auch in ausländische Märkte exportiert. Der Export macht ca. 10 % des gesamten Jahresumsatzes aus. Das Unternehmen ist bereits seit über 80 Jahren aktiv und der größte Nutzer des „Meat from Croatian farms“-Labels. PIK Vrbovec plus d.o.o. gehört zur Fortenova grupa d.d..

Podravka d.d.	
Adresse/Online auftritt	Podravka d.d. Ante Starčevića 32 48 000 Koprivnica Kroatien www.podravka.com
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: podravka@podravka.hr Tel.: +385 48 651 144 Fax: +385 48 622 518
Profil	Das kroatische Lebensmittelunternehmen Podravka d.d., mit Sitz in Koprivnica, wurde 1934 gegründet und ist es heute eines der größten Lebensmittelunternehmen in Südosteuropa. Heute ist das Unternehmen in zwei Hauptgeschäftsfeldern tätig – Lebensmittel und Pharmazeutika. Zudem ist es in ca. 60 Länder weltweit vertreten. Zu Podravka d.d. gehören verschiedene bekannte Marken und ein umfassendes Sortiment u. a. Marmeladen, Fertiggerichte, Fischprodukte, Backwaren, Cerealien, Süßwaren und Kindernahrung.

8. Adressmaterial

Zagrebačka pivovara d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	Zagrebačka pivovara d.o.o. Ilica 224 10 000 Zagreb Kroatien www.ozujsko.com
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: ozujsko@zagpiv.hr / ozujsko.pivo@molsoncoors.com Tel.: +385 1 3900 199 Fax: +385 1 3774 639
Profil	Zagrebačka pivovara d.o.o. ist die größte Brauerei Kroatiens und gehört seit Juni 2012 zur Molson-Coors-Gruppe (Geschäftseinheit Molson Coors Europe). Die Brauerei ist Produzent unterschiedlicher Biermarken inkl. Ožujsko pivo, das derzeit meistverkaufte Bier in Kroatien.

Zvijezda plus d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	Zvijezda plus d.o.o. Marijana Čavića 1 10 000 Zagreb Kroatien www.zvijezda.hr
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@zvijezda.hr Tel.: +385 1 238 2666 Fax: +385 1 237 0917
Profil	Zvijezda plus d.o.o. ist seit 105 Jahren im kroatischen Lebensmittelmarkt tätig und der größte Speiseölhersteller von Kroatien sowie der einzige Hersteller von Margarine, Pflanzenfett, Mayonnaise, Feinkostprodukten und Ketchup. Das Unternehmen führt u. a. die Marken Margo, Omegol und Butissimo. Neben Produkten aus eigener Herstellung vertreibt Zvijezda plus d.o.o. unter seinem Namen auch Essig, Hefe, Bratöl, Kürbiskernöl, Zusatzstoffe, Oliven und Gemüsekonserven. Es vertreibt daneben auch Käse der Firma Belje, Olivenöl und Käse der Firma Agrolaguna sowie Produkte der Firma Dijamant. Zvijezda plus do.o. gehört zur Fortenova grupa d.d..

8.3 Großhändler, Distributoren und Importeure

Agrokor d.d.	
Adresse/Online auftritt	Agrokor d.d. Marijana Čavića 1 10 000 Zagreb Kroatien www.agrokor.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: agrokor@agrokor.hr Tel.: +385 1 489 4111 Fax: +385 1 489 4080
Profil	Das kroatische Unternehmen Agrokor d.d. ist das zweitgrößte Vertriebsunternehmen in Südosteuropa und in der Branche Lebensmittel-Import/Export tätig ist. Es gehört zur Agrokor Group und ist ebenfalls im Einzelhandel präsent. Die Haupttätigkeit der Agrokor Group ist die Produktion und der Vertrieb von Nahrungsmitteln und Getränken sowie der Einzelhandel. Zur Agrokor Group gehört der größte kroatische Hersteller von Mineral- und Quellwasser Jamnica, die Eiscremefirma Ledo, die Öl-, Margarine- und Mayonnaise-Produktionsfirma Zvijezda, die größte kroatische Fleischproduktionsfirma PIK Vrbovec, das landwirtschaftlich-industrielle Unternehmen Belje, der größte kroatische Einzelhändler Konzum und die größte kroatische Kioskkette Tisak.

8. Adressmaterial

Atlantic Grupa d.d.	
Adresse/Online auftritt	Atlantic Grupa d.d. Miramarska 23 10 000 Zagreb Kroatien https://www.atlanticgrupa.com/
Kontakt	Allgemeine Anfragen E-Mail: grupa@atlanticgrupa.com Tel: +385 1 2413 900 Fax: +385 1 2413 901 Business development E-Mail: bd@atlanticgrupa.com Herr Peter Ovnič Procurement Director (Sitz in Slovenien) E-Mail: peter.ovnic@atlanticgrupa.com Tel.: +386 5 6631 604 Fax: +386 5 6631 570
Profil	Atlantic Grupa d.d. ist ein kroatisches multinationales Unternehmen, dessen Geschäftstätigkeit die Produktion, Entwicklung, den Verkauf und den Vertrieb von Konsumgütern mit gleichzeitiger Marktpräsenz in über 40 Ländern der Welt umfasst. Die Hauptaktivitäten umfassen die Herstellung und den Vertrieb von Nahrungsmitteln, einschließlich Sporternährungsprodukten und Nahrungsergänzungsmitteln. Atlantic Grupa d.d. verfügt über ein regionales und internationales Vertriebsnetz, über das sie neben ihrem eigenen Markensortiment auch eine Reihe von Produkten externer Partner vertreibt.

8. Adressmaterial

Biovega d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	Biovega d.o.o. Majstorska 1E, 10 000 Zagreb Kroatien https://biovega.hr/
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: info@biovega.hr Tel.: +385 1 4607 555 Fax: +385 1 4677 076
Profil	Biovega d.o.o. ist ein Großhändler und Importeur von biologischen Lebensmittelprodukten in Kroatien. Biovega d.o.o. hat zudem 95 % des Marktanteils im kroatischen Bio-Einzelhandel und ist somit der wichtigste Partner für deutsche Bio-Lebensmittelhersteller. Er arbeitet als Exklusivvertreiber für ca. 30 international führende Bio-Marken.

Cedevita d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	Cedevita d.o.o. Planinska 15 10 000 Zagreb Kroatien www.cedevita.com
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: cedevita.international@atlanticgrupa.com Tel.: +385 1 2413-600 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.

8. Adressmaterial

Fortenova grupa d.d.	
Adresse/Online auftritt	Fortenova grupa d.d. Marijana Cavica 1 10 000 Zagreb Kroatien www.fortenovagrupa.hr
Kontakt	Allgemeiner Kontakt E-Mail: info@fortenovagrupa.hr Tel.: +385 1 4894 111 Fax: +385 1 4894 080
Profil	Die Fortenova grupa d.d. ist seit dem 1. April 2019 tätig. Die Gesellschaft wurde nach Verhandlungen zwischen den Gläubigern von Agrokor d.d. und dem verabschiedeten Vergleichsplan gegründet. Fortenova beschäftigt in seinen Kerngeschäften – Einzel- und Großhandel, Lebensmittel und Landwirtschaft – mehr als 50.000 Mitarbeiter 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 zu entwickeln.

8. Adressmaterial

Intercommerce Export - Import d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	Intercommerce Export - Import d.o.o. Jurišićeva 2a 10 000 Zagreb www.intercommerce.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: pisarnica@dzm.hr Tel.: +385 1 5630 000 Fax: +385 1 5630 001 Leitung des Import-Export Geschäfts Herr Valter Raca Tel. +385 52 703 454 E-Mail: valter.raca@intercommerce.hr
Profil	Das Unternehmen Intercommerce Export - Import d.o.o. ist ein in Kroatien angesiedelter Importeur und Großhändler für Lebensmittel, Holz und Verbundstoffe. Im Lebensmittelsektor hat er sich hauptsächlich auf den Handel mit Fisch und Fischprodukten spezialisiert. Zudem handelt das Unternehmen mit Meeresfrüchten und betreibt auch eine eigene Zucht von Fischen für den Verkauf.

8.4 Lebensmitteleinzelhändler

Konzum	
Adresse/Online auftritt	Konzum Ulica Marijana Čavića 1a 10 000 Zagreb Kroatien www.konzum.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: konzum@konzum.hr Tel.: +385 800 400 000
Profil	Konzum ist die größte kroatische Supermarktkette mit knapp über 700 Filialen und mehr als 10.000 Mitarbeitern. Sie gehört zum Konzern Fortenova grupa d.d.. Das Netz deckt das gesamte Land ab. Mehr als ein halbe Millionen Kunden kaufen täglich in den Filialen ein. Der Online-Shop wird von 70 % der Kroaten genutzt. Darüber hinaus expandiert das Unternehmen in Länder wie Serbien sowie Bosnien und Herzegowina. Zum LEH kommen 21 Cash-and-Carry-Märkte unter dem Namen Velpro. Sie versorgen mehr als 20.000 kleine LEH. Unter der Eigenmarke K Plus werden Wurst, Käse, Bier, Tee, Kaffee, Dosenfrüchte, Konservenfisch, Hygieneartikel und Fruchtsäfte angeboten. Der LEH-Marktanteil liegt bei 20 – 30 %.

Lidl Hrvatska	
Adresse/Online auftritt	Lidl Hrvatska Gornja Cibaca 16 20 000 Dubrovnik Kroatien www.lidl.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: kupac@lidl.hr Tel.: +385 800 200 220
Profil	Die deutsche LEH-Kette Lidl gehört wie Kaufland zur Schwarz-Gruppe und betreibt in Kroatien knapp 102 Verkaufsstellen. Sie hält 20 – 30 % des LEH-Marktes und bietet ein umfangreiches Angebot inländischer und ausländischer Produkte. In Kroatien ist Lidl Hrvatska eher ein Full-Service-Supermarkt denn der typische Discounter wie in Deutschland. Die Produkte sind dennoch günstig.

8. Adressmaterial

SPAR Hrvatska	
Adresse/Online auftritt	SPAR Hrvatska Slavonska avenija 50 10 000 Zagreb Kroatien www.spar.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: info@spar.hr Tel.: +385 1 24 10 900
Profil	Der österreichische LEH SPAR eröffnete seinen ersten Hypermarkt in Kroatien im Jahr 2005. Mittelweile ist das Unternehmen mit 123 Filialen im ganzen Land vertreten. Der LEH Billa wurde 2017 übernommen. In den Full-Service-Geschäften wird ein großes Angebot in- und ausländischer Produkte angeboten. Der LEH-Marktanteil liegt bei 5 – 10 %.

Kaufland Hrvatska	
Adresse/Online auftritt	Kaufland Hrvatska Jaruščica 6 10 000 Zagreb Kroatien www.kaufland.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: über das Kontaktformular auf der Website Tel.: +385 800 223 223
Profil	Die deutsche Supermarktkette Kaufland, die wie Lidl zur Schwarz-Gruppe gehört, betreibt in Kroatien 44 Verkaufsstellen mit knapp 2.500 Mitarbeitern und einem Umsatz von 600 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 %

8. Adressmaterial

Tommy	
Adresse/Online auftritt	Tommy Domovinskog rata 93 21 000 Split Kroatien www.arhiva.tommy.hr
Kontakt	Einkauf E-Mail: nabava@tommy.hr Tel.: +385 2 1202 605 Fax: +385 2 1202 613
Profil	Die Tommy-LEH-Kette besteht aus 207 Verkaufsstellen, verteilt über das ganze Land mit besonderer Konzentration in Dalmatien. Täglich kaufen in den Geschäften über 200.000 Kunden ein. Das Unternehmen hält zwischen 5 – 10 % des LEH-Marktes. Das Produktangebot ist umfangreich (Full-Service), bestehend v. a. aus inländischen, aber auch ausländischen Waren des günstigen bis mittelteuren Segments.

Plodine	
Adresse/Online auftritt	Plodine d.d. Ružićeva 29 51 000 Rijeka Kroatien www.plodine.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: über das Kontaktformular auf der Website Tel.: +385 5 1352 825
Profil	Die Plodine-LEH-Kette betreibt 107 Verkaufsstellen, verteilt über das ganze Land, mit 3.400 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 635 Mio. EUR. Das Unternehmen hält zwischen 5 – 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 Obst und Gemüse kroatischer Hersteller. Die Eigenmarke heißt Plodine.

8. Adressmaterial

Narodni trgovački lanac d.o.o. (NTL)	
Adresse/Online auftritt	Narodni trgovački lanac d.o.o. (NTL) Soblinečka 55 10 360 Sesvete Kroatien www.ntl.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: tajnica@ntl.hr / ntl@ntl.hr Tel.: +385 1 6323 400 Fax: +385 1 6323 401
Profil	Narodni trgovački lanac d.o.o. (NTL) ist eine kroatische LEH-Kette und wurde im Jahr 2008 gegründet. Der Umsatzanteil am kroatischen LEH-Markt beträgt 5 %. Als Full-Service-Supermärkte bieten die Geschäfte ein umfangreiches Angebot v. a. inländischer Produkte.

KTC d.d.	
Adresse/Online auftritt	KTC d.d. Nikole Tesle 18 48 260 Krizevci Kroatien www.ktc.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: poljoprivreda@ktc.hr Tel.: +385 4 8628 507 Ein- und Verkauf von Lebensmitteln Tel.: +385 4 8628 518
Profil	KTC d.d. ist im Groß- und Einzelhandel mit Lebensmitteln, Getränken sowie Haushaltswaren und Zubehör tätig. Darüber hinaus betreibt das Unternehmen Tankstellen, Beauty-Studios, eine Catering-Agentur und eine Tourismusagentur. Der LEH-Marktanteil liegt bei 5 %. Das Unternehmen betreibt 27 Supermärkte und eine Reihe von Fachgeschäften hauptsächlich in den Städten. Das Angebot ist groß, die Preise im mittleren Segment.

8. Adressmaterial

Studenac d.o.o.	
Adresse/Online auftritt	Studenac d.o.o. Cetvrt Ribnjak 17 21 310 Omis Kroatien www.studenac.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: studenac@studenac.hr Tel.: +385 2 1430 801 Fax: +385 2 1430 802
Profil	Studenac betreibt 500 Supermärkte, Kioske und Paketshops und beschäftigt 2.500 Mitarbeiter. Der LEH-Marktanteil liegt bei 5 %. Als Full-Service-Supermarktkette bietet es ein umfangreiches Angebot im mittleren Preissegment.

8.5 Fachmessen

Sajam Gast – International Food & Beverage Fair (GAST)	
Adresse/Online auftritt	Sajam Gast – International Food & Beverage Fair (GAST)Zoraniceva 61A 21 210 Solin Kroatien www.sajamsplit.hr
Kontakt	Allgemeine Kontaktanfragen E-Mail: info@sajamsplit.hr Tel.: +385 2 1435 530 Fax: +385 2 1435 533
Profil	Die Messe Sajam Gast – International Food & Beverage Fair (GAST) umfasst eine Reihe von Fachmessen, darunter die Internationale Lebensmittel- und Getränkemesse, die Internationale Messe für Hotel- und Gastronomiebedarf, die Internationale Weinmesse, die 16. Internationale Kaffeemesse und die Internationale Eiscreme- und Dessertmesse. Die nächste Messe findet vom 16. bis 19. März 2022 statt.

8. Adressmaterial

CroAgro	
Adresse/Online auftritt	Zagreb Fair Ltd. Avenija Dubrovnik 15 10 020 Zagreb Kroatien www.zv.hrana@zv.hr
Kontakt	Herr Damir Pavlek Projektmanager E-Mail: croagro@zv.hr Tel.: +385 1 6503 429
Profil	Internationale Messe für landwirtschaftliche Produkte, Maschinen und Equipment. Die nächste Messe findet im November 2022 statt.

Food and Healthy Living Fairs	
Adresse/Online auftritt	Zagreb Fair Ltd. Avenija Dubrovnik 15 10 020 Zagreb Kroatien www.zv.hrana@zv.hr
Kontakt	Herr Damir Pavlek Projektmanager E-Mail: mystic-organica@zv.hr Tel.: +385 1 6503 429
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 im November 2022 statt.

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

November 2021

UMSCHLAGGESTALTUNG/DRUCK

BMEL

BILDNACHWEIS

Derek Brumby/stock.adobe.com

TEXT

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

Bearbeiter/ -in; Redaktion
Dr. Konrad Bauer
Lara Bolhuis

DISCLAIMER/HAFTUNGSAUSSCHLUSS

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

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

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

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

Weitere Informationen unter

www.bmel.de

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

[© Lebensministerium](https://www.lebensministerium.de)

www.agrarexportfoerderung.de