



Pressemitteilung

„Servus Tschechien!“ – bayerische Lebensmittelproduzenten knüpfen Geschäftskontakte in Prag

Prag, 16. Mai 2016 – Acht bayerische Lebensmittelproduzenten kamen am 10. und 11. Mai nach Prag, um neue tschechische Geschäftspartner zu treffen, den Markt vor Ort kennenzulernen und Näheres zum Konsumverhalten der Tschechen zu erfahren. In 45 Kooperationsgesprächen, vermittelt durch die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer (DTIHK), präsentierten sie den potenziellen Geschäftspartnern ihre hochwertigen Produkte, die sie auf dem tschechischen Markt anbieten möchten.

„Das Interesse der tschechischen Bevölkerung an Biolebensmitteln, Delikatessen und Spezialitäten sowie an gesunden Produkten steigt stetig. Bayerische Unternehmen haben in diesem Bereich ein sehr vielfältiges Angebot, das für die tschechischen Verbraucher sehr attraktiv ist“, meint Bernard Bauer, geschäftsführendes Vorstandsmitglied der DTIHK. Er sieht den bayerischen Markt als wertvolle Ergänzung des tschechischen Markts.

Die Einfuhr hochwertiger Lebensmittel nach Tschechien nimmt zu. Laut Tschechischem Statistikamt wurden in 2015 Lebensmittel und Getränke im Wert von ca. 8,1 Mrd. Euro eingeführt. Davon entfielen ca. 1,7 Mrd. Euro auf Deutschland. Damit ist Deutschland weiterhin das wichtigste Herkunftsland in Sachen Lebensmittel. Tschechien stellt auch einen wichtigen Absatzmarkt für Lebensmittel aus Bayern dar. Im Jahr 2015 lagen die Ausfuhrwerte für bayerische Lebensmittel nach Tschechien bei 247,4 Mio. Euro, wie die Daten von der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft zeigen. Besondere Geschäftschancen ergeben sich für bayerische Anbieter aus den Bereichen Käse, Milch- und Molkereiprodukte, Fleisch- und Wurstwaren sowie Süß- und Backwaren.

Gundula Dietrich von der „**alp Bayern**“ (Agentur für Lebensmittel und Produkte aus Bayern) ist optimistisch, was Geschäftsanbahnungen der deutschen und tschechischen Unternehmer betrifft. *„Nicht nur die geografische Nähe macht Tschechien zu einem für bayerische Unternehmen interessanten Absatzmarkt. Die Kaufkraft der tschechischen Bewohner steigt stetig und wir sehen auch anhand anderer makroökonomischer Daten, dass wir in Tschechien insgesamt eine sehr positive Entwicklung haben, von der wir uns erhoffen, dass davon die bayerischen Unternehmen profitieren werden.“*

Die Produktpalette der angereisten bayerischen Geschäftsleute war vielfältig. Von Speise- und Kosmetikölen, über Lebkuchen, bis hin zu Mineralwasser war alles vertreten. Ihre



Deutsch-Tschechische
Industrie- und Handelskammer
Česko-německá
obchodní a průmyslová komora

Beweggründe, Absatz auf dem tschechischen Markt anzustreben, waren meist ähnlich: die ausgezeichnete wirtschaftliche Lage Tschechiens und die regionale Nähe.

„Der Kondrauer Mineral- und Heilbrunnen ist Luftlinie 6 km von der tschechischen Grenze entfernt. Da haben wir ein klassisches urbanes Absatzgebiet vor der Haustür, was bis heute nicht bedient werden kann, obwohl dort so viele Menschen leben“, meint Ralf Brodnicki von der **Kondrauer Mineral- und Heilbrunnen GmbH & Co. KG**. Er hofft, durch die nahe Lage zur Region Cheb und den anliegenden Regionen eine Lücke zu schließen.

Auch die Firma **Korzonek Argan-Oleo** sucht nach tschechischen Geschäftspartnern vor allem wegen der regionalen Nähe. Das Unternehmen produziert sowohl Lebensmittelöle als auch Kosmetiköle. Inhaber Martin Korzonek: *„Ich lege sehr viel Wert auf persönliche Kontakte zum Kunden, deshalb bietet sich Tschechien an, ich brauche schließlich nur zwei Stunden hierher.“* Außerdem sei er mit seiner Firma in fast ganz Osteuropa vertreten, unter anderem in Rumänien, Polen und Bulgarien, nur den Zugang zum tschechischen Markt habe er noch nicht gefunden.

Johannes Bauer von der **Käserebellen GmbH** ist überzeugt, dass seine Spezialitäten in Tschechien guten Absatz finden werden. Einerseits wäre der *„klassische Supermarkt mit einer Feinkosttheke“* ein geeigneter Geschäftspartner, andererseits aber auch *„Großhändler, die den Spezialitätenhandel beliefern, sprich Gourmet Shops in Ballungsräumen, wo viele Menschen einkaufen und dabei Spezialitäten erwarten.“* Genau das sind Produkt- und Verkaufstrends, die sich bereits in einigen Prager Stadtvierteln durchsetzen.

Wolfgang Koch hofft seine Feinkostspezialitäten in hoch qualitativer Verpackung auf verschiedenen Wegen in Tschechien vertreiben zu können. *„Wir von der **Wernberger Konservenfabrik Bruno Koch GmbH & Co. KG** suchen überwiegend nach produzierenden Betrieben, aber auch Unternehmern aus Einzelhandel bzw. Fachhandel.“*

Die Veranstaltung wurde vom Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten gefördert.

Fotos zur Pressemitteilung finden Sie unter <http://tschechien.ahk.de/presse/pressebilder/>

Kontakt:

Irena Novotná
Competence Center
Ernährungswirtschaft
Tel.: +420 221 490 316
E-Mail: novotna@dtihk.cz

Über die DTIHK: Die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer (DTIHK) ist mit rund 650 Mitgliedern die größte bilaterale Auslandshandelskammer in Tschechien. Sie unterstützt den Auf- und Ausbau der Geschäftsbeziehungen zwischen deutschen und tschechischen Firmen und setzt sich bei

Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer | Česko-německá obchodní a průmyslová komora | Václavské nám. 40 | CZ-110 00 Praha 1
Telefon: +420-224 221 200 | Telefax: +420-224 222 200 | Email: info@dtihk.cz | Internet: www.dtihk.cz



*Politik und Verwaltung für unternehmensfreundliche Rahmenbedingungen in Tschechien ein. Die DTIHK gehört zum Netz der deutschen Auslandshandelskammern (AHKs) und der Industrie- und Handelskammern (IHKs) in Deutschland; Dachorganisation ist der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) in Berlin. Ihre 100%-ige Tochtergesellschaft **AHK Services s.r.o.** berät und unterstützt in allen Fragen rund um die Markterschließung. Die globale Servicemarke **DEinternational** steht dabei als Garant für Qualität und professionelle Leistung im AHK-Verbund.*