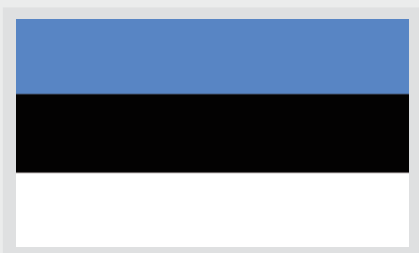




Marktstudie für Getränke im Baltikum

Marktanalyse im Rahmen der Exportangebote für die Agrar- und Ernährungswirtschaft / April 2016



Inhalt

Tabellenverzeichnis	6
Abbildungsverzeichnis	7
Abkürzungsverzeichnis	10
1 Zusammenfassung	11
2 Überblick über Politik und Wirtschaft im Baltikum – Estland, Lettland, Litauen	12
2.1 Politischer Hintergrund	14
2.2 Wirtschaft, Struktur und Entwicklung	21
2.3 Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und dem Baltikum	25
2.4 Investitionsklima und -förderung.....	33
3 Überblick über die baltische Agrar- und Ernährungswirtschaft, Struktur und Schwerpunkte	38
3.1 Investitionsklima.....	51
3.2 Konsum	57
3.3 Import und Export von Getränken	63
4 Gesetzliche Bestimmungen für den Getränkemarkt	72
4.1 Generelle Informationen und Regulierung des Verkaufs und Konsums	72
4.2 Steuern	75
4.3 Bestimmungen für den Import und die Herstellung von Getränken.....	77
4.4 Bestimmungen für den Verkauf von Getränken	79
4.5 Bestimmungen für die Werbung (alkoholische Getränke)	80
4.6 Verpackungsordnung und Pfandsysteme	83
5 Ausführungen zum Getränkemarkt im Baltikum	85
5.1 Alkoholische Getränke - Bier	88
5.1.1 Produktion (Bier)	91
5.1.2 Konsum (Bier)	93
5.1.3 Import und Export (Bier)	97
5.1.4 Prognose (Bier)	102
5.1.5 Rechtliche Bestimmungen (Bier).....	102
5.2 Alkoholische Getränke – Wein.....	103
5.2.1 Produktion (Wein)	103
5.2.2 Konsum (Wein).....	105

5.2.3	Import und Export (Wein)	106
5.2.4	Prognosen (Wein)	112
5.2.5	Rechtliche Bestimmungen (Wein)	113
5.3	Alkoholische Getränke – Spirituosen	113
5.3.1	Produktion (Spirituosen).....	114
5.3.2	Konsum (Spirituosen)	115
5.3.3	Import und Export (Spirituosen).....	117
5.3.4	Prognosen (Spirituosen).....	124
5.3.5	Rechtliche Bestimmungen (Spirituosen)	125
5.4	Alkoholfreie Getränke	125
5.4.1	Produktion (alkoholfreie Getränke)	126
5.4.2	Konsum (alkoholfreie Getränke)	128
5.4.3	Import und Export (alkoholfreie Getränke)	132
5.4.4	Prognosen (alkoholfreie Getränke)	138
5.4.5	Rechtliche Bestimmungen (alkoholfreie Getränke).....	139
6	Kontaktadressen	140
6.1	Verbände	140
6.2	Groß- und Einzelhandel, Distributeure	142
6.3	HORECA	154
6.4	Logistik	157
7	Messen	159

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Vergleich des realen BIP-Wachstums in %.....	22
Tabelle 2:	Vergleiche internationaler Indexe.....	38
Tabelle 3:	Ländervergleich beim Investorenschutz	51
Tabelle 4:	Anteil der Ausgaben am Konsumbudget, baltische Länder 2014 (in %)	57
Tabelle 5:	Wert des Getränkeimports in Mio. Euro in Estland	64
Tabelle 6:	Wert des Getränkeexports in Mio. Euro in Estland.....	65
Tabelle 7:	Wert des Getränkeimports in Mio. Euro in Lettland	66
Tabelle 8:	Wert des Getränkeexports in Mio. Euro in Lettland	67
Tabelle 9:	Wert des Getränkeimports in Mio. Euro in Litauen	68
Tabelle 10:	Wert des Getränkeexports in Mio. Euro in Litauen.....	69
Tabelle 11:	Steuern in Estland für alkoholische Getränke	76
Tabelle 12:	Steuern in Lettland für alkoholische Getränke	76
Tabelle 13:	Steuern in Litauen für alkoholische Getränke	77
Tabelle 14:	Ursprungsländer der baltischen Bierimporte in Volumenanteilen in 2014.....	99
Tabelle 15:	Zielländer des baltischen Bierexports in Volumenanteilen in 2014.....	101
Tabelle 16:	Ursprungsländer der baltischen Weinimporte in Volumenanteilen 2014.....	109
Tabelle 17:	Zielländer der baltischen Weinexporte in Volumenanteilen 2014	109
Tabelle 18:	Die 5 wichtigsten Importgüter der baltischen Länder im Bereich Spirituosen	119
Tabelle 19:	Ursprungsländer der baltischen Spirituosenimporte in Volumenanteilen in 2014.....	120
Tabelle 20:	Die wichtigsten Exportgüter der baltischen Länder im Bereich Spirituosen	122
Tabelle 21:	Zielländer der baltischen Spirituosenexporte in Volumenanteilen in 2014.....	124
Tabelle 22:	Ursprungsländer der baltischen Getränkeimporte (alkoholfrei) in Volumenanteilen in 2014.....	134
Tabelle 23:	Die wichtigsten Importgüter der baltischen Länder im Bereich alkoholfreier Getränke	135
Tabelle 24:	Zielländer der baltischen Getränkeexporte (alkoholfrei) in Volumenanteilen in 2014.....	137
Tabelle 25:	Die wichtigsten Exportgüter der baltischen Länder im Bereich alkoholfreier Getränke	138

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Karte der baltischen Länder	11
Abbildung 2:	Grundinformationen zu den baltischen Ländern.....	12
Abbildung 3:	Grundinformationen zu den baltischen Ländern.....	13
Abbildung 4:	Karte Estlands	14
Abbildung 5:	Karte Lettlands.....	17
Abbildung 6:	Karte Litauens	19
Abbildung 7:	Importe und Exporte Estland – Deutschland in %.....	26
Abbildung 8:	Exporte von Estland nach Deutschland in Mrd. Euro und % Wachstum	27
Abbildung 9:	Importe nach Estland aus Deutschland in Mrd. Euro und % Wachstum	28
Abbildung 10:	Importe und Exporte Lettland – Deutschland in %	29
Abbildung 11:	Importe von Lettland nach Deutschland in Mrd. Euro und Wachstum in %	30
Abbildung 12:	Exporte nach Lettland aus Deutschland in Mrd. Euro und Wachstum in %	30
Abbildung 13:	Importe und Exporte Litauen – Deutschland in %.....	31
Abbildung 14:	Exporte von Litauen nach Deutschland in Mrd. Euro und % Wachstum	32
Abbildung 15:	Importe nach Litauen aus Deutschland in Mrd. Euro und Wachstum in %	33
Abbildung 16:	Ausländische Direktinvestitionen Estland	34
Abbildung 17:	Ausländische Direktinvestitionen Lettland.....	36
Abbildung 18:	Ausländische Direktinvestitionen Litauen	37
Abbildung 19:	Rinder- und Getreideproduktion Estlands	40
Abbildung 20:	Wachstum Rinder- und Getreideproduktion Estlands	41
Abbildung 21:	Wachstum Milch-, Ei- und Fleischproduktion Estlands	42
Abbildung 22:	Milch-, Ei- und Fleischproduktion Estlands	42
Abbildung 23:	Rinder- und Getreideproduktion Lettlands.	44
Abbildung 24:	Wachstum Rinder- und Getreideproduktion Lettlands.	45
Abbildung 25:	Milch-, Ei- und Fleischproduktion Lettlands.....	46
Abbildung 26:	Wachstum Milch-, Ei- und Fleischproduktion Lettlands.....	47
Abbildung 27:	Rinder- und Getreideprodukten Litauens.....	48
Abbildung 28:	Wachstum Rinder- und Getreideproduktion Litauens	49

Abbildung 29:	Milch-, Ei- und Fleischproduktion Litauens.....	50
Abbildung 30:	Wachstum Milch-, Ei- und Fleischproduktion Litauens.....	50
Abbildung 31:	Zufluss von ausländischen Direktinvestitionen nach Estland.....	53
Abbildung 32:	Zufluss von ausländischen Direktinvestitionen nach Lettland	54
Abbildung 33:	Zufluss von ausländischen Direktinvestitionen nach Litauen	56
Abbildung 34:	Konsum Estland in Euro 2009-2020, Prognose.....	59
Abbildung 35:	Konsum Estland in Euro 2009-2020, Prognose.....	60
Abbildung 36:	Konsum Lettland in Euro 2009-2020, Prognose.....	61
Abbildung 37:	Konsum Lettland in Euro 2009-2020, Prognose.....	62
Abbildung 38:	Konsum Litauen in Euro 2009-2020, Prognose.....	63
Abbildung 39:	Recyclingzeichen in Estland	84
Abbildung 40:	Recyclingzeichen in Litauen.....	84
Abbildung 41:	Alkoholkonsum der drei baltischen Länder, Angaben in reinem Alkohol pro Kopf.....	85
Abbildung 42:	Bierkonsum in den drei baltischen Ländern	86
Abbildung 43:	Pro-Kopf-Verbrauch Bier in den drei baltischen Ländern.....	87
Abbildung 44:	Bierproduktion in den drei baltischen Ländern	91
Abbildung 45:	Wachstum Bierproduktion in den drei baltischen Ländern	92
Abbildung 46:	Bierkonsum in den drei baltischen Ländern (2007-2014)	93
Abbildung 47:	Marktanteil (wertmäßig) nach Segment (2016).....	94
Abbildung 48:	Marktanteil (wertmäßig) der Top-Marken (2014)	95
Abbildung 49:	On-trade versus off-trade Verkauf (volumenmäßig 2014)	96
Abbildung 50:	Anzahl der Mikrobrauereien (2014)	97
Abbildung 51:	Bierimport in die drei baltischen Länder (2007-2014)	98
Abbildung 52:	Wachstum Bierimport in die drei baltischen Länder (2007-2014)	99
Abbildung 53:	Bierexport aus den drei baltischen Ländern (2007-2014).....	100
Abbildung 54:	Wachstum Bierexport aus den drei baltischen Ländern (2007-2014)	101
Abbildung 55:	Weinproduktion in den baltischen Ländern (2007-2014).....	104
Abbildung 56:	Wachstum Weinproduktion in den baltischen Ländern (2007-2014).....	105
Abbildung 57:	Weinkonsum der drei baltischen Länder (2007-2014)	106
Abbildung 58:	Import von Wein in die baltischen Länder	107
Abbildung 59:	Wachstum Import von Wein in die baltischen Länder	108
Abbildung 60:	Export von Wein in die baltischen Länder	110
Abbildung 61:	Wachstum Export von Wein aus den baltischen Ländern	111
Abbildung 62:	Spirituosenproduktion in den baltischen Ländern	114
Abbildung 63:	Wachstum Spirituosenproduktion in den baltischen Ländern	115
Abbildung 64:	Konsum von Spirituosen in den baltischen Ländern, jährlicher Pro-Kopf-Verbrauch in reinem Alkohol.....	116

Abbildung 65:	Import von Spirituosen in die baltischen Länder	117
Abbildung 66:	Wachstum Import von Spirituosen in die baltischen Länder	118
Abbildung 67:	Export von Spirituosen aus den baltischen Ländern	121
Abbildung 68:	Wachstum Export von Spirituosen aus den baltischen Ländern	123
Abbildung 69:	Produktion alkoholfreier Getränke in den baltischen Ländern (2007-2014)	127
Abbildung 70:	Wachstum Produktion alkoholfreier Getränke in den baltischen Ländern (2007-2014)	128
Abbildung 71:	Konsum von alkoholfreien Getränken in den baltischen Ländern	129
Abbildung 72:	Wachstum Konsum von alkoholfreien Getränken in den baltischen Ländern	130
Abbildung 73:	Anteil von Saft, Softdrinks sowie Mineral- und Tafelwasser am Konsum (volumenmäßig 2014)	131
Abbildung 74:	Import von alkoholfreien Getränken in die baltischen Länder	133
Abbildung 75:	Import von alkoholfreien Getränken in die baltischen Länder	134
Abbildung 76:	Export von alkoholfreien Getränken aus den baltischen Ländern	136
Abbildung 77:	Wachstum Export von alkoholfreien Getränken aus den baltischen Ländern	136

Abkürzungsverzeichnis

AIRBC	=	Agricultural Information and Rural Business Centre
BIP	=	Bruttoinlandsprodukt
BMEL	=	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BPO	=	Business Process Outsourcing
CAP	=	Common Agricultural Policy, Gemeinsame Agrarpolitik der Europäischen Union
EE	=	die länderspezifische Top-Level-Domain Estlands
EU-27	=	Liste der Mitgliedstaaten bis einschließlich Juni 2013
FDI	=	Ausländische Direktinvestitionen (englisch: foreign direct investment)
GMT	=	Greenwich Meantime
GUS-Staaten	=	Gemeinschaft Unabhängiger Staaten
hl	=	Hektoliter
l	=	Liter
LT	=	die länderspezifische Top-Level-Domain Litauens
LV	=	die länderspezifische Top-Level-Domain Lettlands
Mio.	=	Million[en]
min.	=	mindestens
MOEL-Länder	=	mittel- und osteuropäische Länder
Mrd.	=	Milliarde[n]
NATO	=	North Atlantic Treaty Organization
RTDs	=	Ready-To-Drink Produkte
SWOT	=	Strengths and Weaknesses, Opportunities and Threats (Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken)
SWZ	=	Sonderwirtschaftszonen
t	=	Tonnen
Tsd.	=	Tausend
UAA	=	Utilised agricultural area (die gesamte landwirtschaftliche Nutzfläche)
UN	=	United Nations (Vereinten Nationen)
WHO	=	World Health Organization (Weltgesundheitsorganisation)

1 Zusammenfassung

Diese Markt- und Produktstudie liefert Grundinformationen über die Märkte für Getränke in den drei baltischen Ländern, auch Baltikum genannt. Da man allerdings diese drei unabhängigen Länder, ähnlich wie Skandinavien, nicht als eine Einheit darstellen kann, beleuchtet diese Studie die drei Länder einzeln, in der Reihenfolge Estland, Lettland und schließlich Litauen.



Abbildung 1: Karte der baltischen Länder

Quelle: The Economist Intelligence Unit: Baltikum. www.eiu.com (2.12.2015).

Die wahrscheinlich wichtigsten Herausforderungen für deutsche Unternehmen der Getränkeindustrie, welche die baltischen Märkte erschließen wollen, sind geringe Einwohnerzahlen (Estland 1,31 Mio., Lettland 1,99 Mio., Litauen 3,20 Mio.) und die damit verbundenen kleinen Gesamtmärkte.

Insgesamt betrachtet eröffnen sich jedoch beträchtliche Möglichkeiten für deutsche Unternehmen auf den baltischen Märkten für den Export alkoholischer sowie alkoholfreier Getränke: Die geographische Lage sowie ähnliche Kulturen machen vieles einfacher und auch die steigende Kaufkraft sowie die Offenheit der Verbraucher gegenüber neuen Produkten ermöglichen zukünftige Chancen, um sich auf dem Markt zu etablieren. Ferner existieren starke Handelsbeziehungen zwischen den drei baltischen Ländern und Russland, welches zwar momentan unter Handelsrestriktionen leidet, aber zukünftig durchaus wieder interessante Potentiale bieten kann.

2 Überblick über Politik und Wirtschaft im Baltikum – Estland, Lettland, Litauen

Einleitung

Das Baltikum ist kein einzelnes Land, sondern eine geographische und historische Region im Nord-Osten Europas. Unter dem Begriff „Baltikum“ werden allgemein üblich die Länder Estland, Lettland und Litauen verstanden, welche allerdings keine Einheit darstellen und daher als eigenständige Nationen mit zum Teil sehr unterschiedlichen Kulturen zu verstehen sind.

Grundinformationen über die Länder

Um einen ersten Überblick über die Länder zu erhalten, werden daher die wichtigsten Fakten und Informationen in der folgenden Tabelle vorgestellt.

	Estland	Lettland	Litauen
Fläche	45.277 km ²	64.589 km ²	65.300 km ²
Bevölkerung	1,31 Mio. ¹	1,99 Mio. ²	3,20 Mio. ³
Bedeutende Städte (Einwohner in Tsd.)	Tallinn (Hauptstadt) ⁴ : 411 Tartu: 105 Narva: 59 Kohtla-Järve: 37	Riga (Hauptstadt): 717 Daugavpils: 106 Liepaja: 85 Jelgava: 66 Jurmala: 56	Vilnius (Hauptstadt): 554 Kaunas: 337 Klaipeda: 178 Siauliai: 121
Temperaturen (im Durchschnitt)	-5,5° C im Januar 16,3° C im Juli	-5° C im Januar 20° C im Juli	-5° C im Januar 23° C im Juli

(auf nächster Seite fortgesetzt)

Abbildung 2: Grundinformationen zu den baltischen Ländern

Quelle: Wikipedia, The Economist Intelligence Unit, www.estonia.eu, www.latvia.eu und www.lietuva.lt (2.12.2015)

¹ Per 1. Januar 2015; Schätzung der Regierung

² Bevölkerung in Tausend per 1. Januar 2014; Schätzung der Regierung

³ Per 1. Januar 2012

⁴ Bevölkerung in Tausend per 1. Januar 2014; Schätzung der Regierung

(Fortsetzung)

	Estland	Lettland	Litauen
Sprachen	Estnisch - Die estnische Sprache gehört zur Gruppe der finno-ugrischen Sprachen und ist Amtssprache sowie die Muttersprache von zwei Dritteln der Bevölkerung; Russisch ist die Muttersprache von rund 25 % der Bevölkerung.	Lettisch - Die lettische Sprache ist Mitglied der indoeuropäischen Sprachfamilie. Sie ist Amtssprache und die Muttersprache von etwa 62 % der Bevölkerung. Russisch ist die Muttersprache von rund 36 % der Bevölkerung.	Litauisch - Die litauische Sprache gehört ebenfalls zur indoeuropäischen Sprachfamilie. Sie ist sowohl Amtssprache wie auch Muttersprache von mehr als 80 % der Bevölkerung; ferner gibt es beträchtliche Minderheiten von einheimischen russischen und polnischen Bevölkerungsgruppen.
Maße und Gewichte	Metrisches System	Metrisches System	Metrisches System
Währung	Euro (seit 1. Januar 2011)	Euro (seit 1. Januar 2014)	Euro (seit 1. Januar 2015)
Zeit	2 Stunden vor GMT im Winter, 3 Stunden im Sommer	2 Stunden vor GMT im Winter, 3 Stunden im Sommer	2 Stunden vor GMT im Winter, 3 Stunden im Sommer
Geschäftsjahr	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Kalenderjahr

Abbildung 3: Grundinformationen zu den baltischen Ländern

Quelle: Wikipedia, The Economist Intelligence Unit, www.estonia.eu, www.latvia.eu und www.lietuva.lt (2.12.2015)

2.1 Politischer Hintergrund

Nach dem Ende der Sowjetzeit und der darauf folgenden Unabhängigkeit der drei baltischen Länder haben sich verschiedene politische Strukturen entwickelt.

Politische Struktur – Estland



Abbildung 4: Karte Estlands

Quelle: The Economist Intelligence Unit.

Estland ist eine parlamentarische Republik, in der das Parlament, Riigikogu genannt, 101 Mitglieder umfasst und direkt in einer Verhältniswahl gewählt wird. Das Staatsoberhaupt ist der Präsident der Republik Estland, wobei die meisten staatlichen Befugnisse beim Parlament liegen. Der Präsident wird indirekt gewählt, sei es durch Mitglieder der Staatsversammlung oder, falls der Spitzenkandidat nicht ausreichend Stimmen im Parlament bekommt, durch ein breiteres Wahlkollegium aus Mitgliedern des Parlaments und Vertretern der lokalen Regierung.

Wahlsystem

In Estland findet eine Verhältniswahl statt. Das allgemeine Wahlrecht besitzen estnische Staatsbürger (wie im Staatsangehörigkeitsrecht von 1938 definiert) im Alter von über 18 Jahren, unabhängig von ihrem Wohnsitz (in Estland oder im Ausland). Andere Bevölkerungsgruppen, vor allem Russen und sonstige Minderheiten, können an Parlamentswahlen nicht teilnehmen. Diese Gruppen dürfen lediglich an Kommunalwahlen teilnehmen.

Parlamentswahlen

Die letzten Präsidentschaftswahlen fanden am 29. August 2011 statt. Das Parlament wurde zuletzt am 1. März 2015 gewählt. Somit werden die nächsten Präsidentschaftswahlen voraussichtlich im August 2016 und die nächsten Parlamentswahlen im Jahr 2019 stattfinden.

Staatsoberhaupt

Der derzeitige Präsident, Toomas Hendrik Ilves, wurde im August 2011 in seine zweite fünfjährige Amtszeit gewählt.

Regierung

Die aktuelle Regierung unter dem Premierminister Taavi Rõivas besteht aus einer Koalition der Eesti Reformierakond (estnische Reformpartei), der Sotsiaaldemokraatlik Erakond (Sozialdemokratische Partei) sowie der Isamaa ja Res Publica Liit (Pro Patria- und Res Publica Unions Partei).

Überblick über die politischen Kräfte⁵

Seit 2004 ist Estland Mitglied der NATO sowie der Europäischen Union und trat 2011 der Eurozone bei. Die derzeitige Regierungskoalition setzt sich aus Parteien mit stark divergierenden ideologischen Hintergründen zusammen und steht für eine klar definierte pro-europäische Politik, wobei die sicherheitspolitische Lage in den letzten zwei Jahren in besonderer Weise von der geographischen Nachbarschaft zu Russland geprägt war.

Die politische Situation in Estland kann trotz der Nähe zu Russland als stabil betrachtet werden, so dass in den nächsten Jahren keine dramatischen Änderungen zu erwarten sind.

Etwa ein Viertel der Bevölkerung sind ethnische Russen, welche im östlichen Teil des Landes leben. Besonders diese Region hat einen Einfluss auf die estnisch-russischen Beziehungen.

Die große Herausforderung der estnischen Gesellschaft hierbei ist es, die immer noch andauernde Integration von russischstämmigen Esten seit dem Ende der Sowjetzeit in Kombination mit der steigenden Anzahl an Auswanderungen junger Esten zu bewältigen.

Weiterhin ist Estland abhängig von russischen Öl- und Gaslieferungen. Aufgrund der aktuellen Situation steigen diesbezüglich die Ängste in Bezug auf die Zuverlässigkeit der russischen Lieferung.

⁵ The Economist Intelligence Unit. country.eiu.com. (2.12.2015).

Politische Struktur – Lettland



Abbildung 5: Karte Lettlands

Quelle: The Economist Intelligence Unit.

Lettland ist ebenfalls eine parlamentarische Republik, in der das Parlament, die Saeima, welche für vier Jahre gewählt wird, 100 Sitze umfasst. Der Präsident wird von dem Parlament für einen Zeitraum von vier Jahren und maximal zwei aufeinanderfolgende Amtszeiten gewählt. Der Präsident ist das Staatsoberhaupt von Lettland und ernennt den Premierminister, vorbehaltlich der Genehmigung durch die Saeima.

Wahlsystem

In Lettland findet eine Verhältniswahl statt. Allerdings müssen die Parteien jeweils mindestens 5 % der Stimmen auf sich vereinen, bevor sie in das Parlament einziehen dürfen.

Parlamentswahlen

Die letzten Parlamentswahlen fanden im Oktober 2014 statt. Der Präsident wurde im Juni 2015 gewählt. Die nächsten Wahlen für das Parlament finden daher voraussichtlich Ende 2018 und die nächsten Präsidentschaftswahlen 2019 statt.

Staatsoberhaupt

Derzeitiger Präsident ist Raimonds Vējonis.

Regierung

Die Regierung unter der Ministerpräsidentin Laimdota Straujuma trat ihr Amt im Januar 2014 an. Sie besteht aus den Parteien Vienotība (Einigkeit), der Nacionālā apvienība "Visu Latvijai!"—"Tēvzemei un Brīvībai/LNNK" (Nationale Vereinigung „Alles für Lettland!“— „Für Vaterland und Freiheit/Lettische Nationale Unabhängigkeitsbewegung) und Zaļo un Zemnieku savienība (Bündnis der Grünen und Bauern).

Nach dem plötzlichen Rücktritt von Laimdota Straujuma ist am 11. Januar 2016 Māris Kučinskis als Ministerpräsident bestätigt worden.⁶

Überblick über die politischen Kräfte⁷

Die Regierung wurde am 5. November 2014 im Anschluss an die Parlamentswahl vom 4. Oktober berufen. In ihrer politischen Ausrichtung ähnelt sie der Vorgängerregierung. Frau Laimdota Straujuma übernahm im Juni 2015 den Posten der Ministerpräsidentin vom ihrem Vorgänger Raimond Vējonis, welcher zum Präsidenten gewählt wurde. Dieses Amt hatte zuvor Andris Bērziņš inne.

Lettland ist seit 2004 sowohl Mitglied der NATO als auch Mitglied der Europäischen Union. Im Januar 2014 erhielt Lettland außerdem den EURO als Währung. Um das Wirtschaftswachstum zu fördern, hat die Europäische Union den Eigenanteil für Projekte der Strukturförderung gelockert. Dies ist u. a. ein Indikator dafür, wie weit Lettland im Bereich der Struktur hinter den beiden anderen baltischen Ländern zurück lag.

Historisch betrachtet blickt die lettische Regierung auf eine kurze Amtszeit zurück, so dass private bzw. Geschäftsinteressen einen starken Einfluss auf die Politik haben, was bisher zu sprunghaftem Verhalten der Politiker geführt hat.

Ferner ist die Auswanderung eine große Herausforderung für Lettland. So sind seit 2008 mehr als 5 % der Bevölkerung (meist junge Menschen) ausgewandert.

⁶ <http://www.mk.gov.lv/en/amatpersonas/maris-kucinskis> Aufgerufen 06.02.2016

⁷ The Economist Intelligence Unit. <http://country.eiu.com/> Aufgerufen am 03.12.2015.

Politische Struktur – Litauen



Abbildung 6: Karte Litauens

Quelle: The Economist Intelligence Unit.

Litauen ist wie die zwei anderen baltischen Länder auch eine parlamentarische Republik. Das 141 Sitze umfassende Parlament, Seimas, wird teilweise (71 Sitze) direkt und über Parteilisten (70 Sitze) gewählt. Die Legislaturperiode beträgt vier Jahre.

Der Präsident wird direkt für einen Zeitraum von fünf Jahren und maximal für zwei aufeinanderfolgende Amtszeiten gewählt. Der Präsident ist Staatsoberhaupt und ernennt den Premierminister, vorbehaltlich der Bestätigung durch das Parlament, dem auch die meisten anderen Befugnisse obliegen.

Wahlsystem

In Litauen findet ebenfalls eine Verhältniswahl statt. Allerdings müssen die Parteien jeweils mindestens 5 % der Stimmen auf sich vereinen bzw. 7 % bei Listenverbindungen, bevor sie in das Parlament einziehen dürfen. Das Wahlrecht besitzen Staatsbürger, die 25 Jahre oder älter sind. Außerdem dürfen diese keine Strafe verbüßen und nicht einem anderen Staat durch Eid oder Versprechen verpflichtet sein (Art. 54 und 55, litauische Verfassung).

Parlamentswahlen

Das Parlament wurde letztmals im Oktober 2012 und der Präsident im Mai 2014 gewählt. Die nächsten Parlamentswahlen finden voraussichtlich im Oktober 2016 statt. Die Wahl des Präsidenten erfolgt spätestens 2019.

Staatsoberhaupt

Derzeitige Präsidentin ist Dalia Grybauskaitė, die zuvor Kommissarin für Finanzplanung und Haushalt der Europäischen Union von 2004 – 2009 war.

Regierung

Die nach der Wahl im Oktober 2012 gebildete Regierung unter dem Ministerpräsidenten Algirdas Butkevičius ist eine Koalition aus Lietuvos socialdemokratų partija (Sozialdemokratische Partei Litauens), Darbo partija (Arbeitspartei), Tvarka ir teisingumas (Ordnung und Gerechtigkeit (Liberaldemokraten)) und Lietuvos lenkų rinkimų akcija (Wahlaktion der Polen Litauens). Nach Meinungsverschiedenheiten zum Thema Russland und der Krise mit der Ukraine verließ die Partei Lietuvos lenkų rinkimų akcija (Wahlaktion der Polen Litauens) die Regierungskoalition im August 2014. Die verbliebene Koalition besitzt allerdings weiterhin eine Mehrheit aus 80 von 141 Sitzen in der Seimas, sodass keine Neuwahlen stattfinden mussten.

Überblick über die politischen Kräfte⁸

Litauen ist seit 2004 Mitglied der NATO und der Europäischen Union. Im Januar 2015 erhielt Litauen den EURO als Währung.

Im Rahmen der Finanzkrise 2008/2009 hat die litauische Regierung entgegen der allgemeinen Erwartungen den Schutz des IWF-Rettungspakets nicht in Anspruch genommen. Stattdessen wurde eine rigorose Sparpolitik umgesetzt. Obwohl die internationale Gemeinschaft Litauen für seine Sparpolitik lobte und Erfolge dieser sichtbar waren, so dass eine Staatsüberschuldung verhindert werden konnte, wurde die „Spar-Regierung“ im Jahr 2012 abgewählt. Die jetzige Regierung unter dem Ministerpräsident Algirdas Butkevičius arbeitet aktuell daran, das Wahlversprechen umzusetzen und dementsprechend die Sparmaßnahmen zu lockern.

Staatsfinanzen – Estland

Die estnische Finanzpolitik kann als „vorsichtig“ charakterisiert werden. In den Jahren 2013 und 2014 lag das Haushaltsdefizit bei je 0,2 % des Bruttoinlandsprodukts (BIP). 2015 stieg das Defizit auf 0,6 % an. Dieser Wert wird auch für das Jahr 2016 prognostiziert. Ein ausgeglichener Haushalt wird für 2018 erwartet.

Die estnische Staatsverschuldung ist eine der geringsten innerhalb der Europäischen Union. Die öffentlichen Schulden beliefen sich 2014 auf 1,887 Mrd. Euro. Dies entspricht 9,7 % des Bruttoinlandsprodukts und ist im Vergleich zum Vorjahr ein Anstieg von 0,1 %.

38,2 % der Staatsausgaben fallen für den Sektor Soziale Sicherheit und Wohlfahrt an, gefolgt von 18,3 % für Bildung.

⁸ The Economist Intelligence Unit.

Staatsfinanzen – Lettland

2013 betrug das öffentliche Haushaltsdefizit in Lettland 1,35 % des BIPs. Zusätzlich konnte Lettland die starke Abhängigkeit von externer Finanzierung reduzieren und die Bonität nach der großen Krise im Jahr 2009 verbessern. Das Defizit für 2014 lag bei 1,4 % des BIPs und für 2015 wird ein Defizit von 1,1 % erwartet. Die Prognose für 2016 geht momentan von einem Haushaltsdefizit von 1,2 % aus.

Somit beläuft sich die erwartete Staatsverschuldung auf 9,449 Mrd. Euro für das Jahr 2015, das entspricht 38,5 % des BIPs. Der größte Ausgabenposten mit 37,8 % ist die Sozialversicherung/Wohlfahrt. Die Ausgaben für wirtschaftliche Dienstleistungen belegen Platz 2 (28,1 %).

Staatsfinanzen – Litauen

Nach Angaben von Eurostat erzielte Litauen im Jahr 2014 das kleinste Haushaltsdefizit unter den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union. Zur Erinnerung: Litauen führte als 19. Land im Januar 2015 den Euro nach Erreichen der Maastricht-Kriterien ein. Das Haushaltsdefizit lag mit 1,5 % des BIPs deutlich unter der 3 % Maastricht-Grenze. Mit einer Staatsverschuldung von rund 40 % des BIPs liegt diese im mäßigen bis geringen Bereich des „EU-Standards“⁹.

In der Nachkrisenzeit ist das Gesamthaushaltsdefizit zurückgegangen und lag 2014 bei 1,2 % des BIPs. Für 2016 wird ein Defizit von 1,2 % prognostiziert, sodass die Staatsverschuldung in den nächsten Jahren weiterhin bei 40 % des BIPs verweilen wird. Die öffentlichen Schulden Litauens sanken zuletzt und liegen momentan bei 13,081 Mrd. Euro¹⁰.

2.2 Wirtschaft, Struktur und Entwicklung

Die baltischen Länder sind aufgrund ihrer geographischen Lage, ihrer Mitgliedschaft in der Europäischen Union, aber vor allem durch ihre Vorgeschichte in der Sowjetunion geprägt. So besitzt die Lage am östlichen Rand der Europäischen Union, aber auch die Nachbarschaft zu Skandinavien und Russland für die baltische Wirtschaft insgesamt eine tragende Rolle, die durch langjährige gute Handelsbeziehungen untermauert wird.

Weitere Besonderheiten dieser baltischen Länder sind das im Vergleich zu anderen Staaten der Europäischen Union relativ geringe Einkommen sowie die Struktur der Wirtschaft, welche sich allerdings in den letzten Jahrzehnten verändert hat.

⁹ Deutsche Bank Research: Litauen. https://www.dbresearch.com/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD0000000000353261/Lithuania.PDF (8.12.2015).
¹⁰ European Commission Institutional Papers 11 | 2015.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*	2017*
Estland	7,8	-5,4	-14,7	2,5	7,6	5,2	1,6	2,9	1,7	3,0	3,5
Lettland	9,8	-3,2	-14,2	-2,9	5,0	4,8	4,2	2,4	2,6	3,5	4,0
Litauen	11,1	2,6	-14,8	1,6	6,1	3,8	3,3	2,9	1,5	3,5	4,0

Tabelle 1: Vergleich des realen BIP-Wachstums in %

Quelle: Eurostat. <http://ec.europa.eu/eurostat/> (8.12.2015) und *Schätzungen.

Wirtschaft, Struktur und Entwicklung – Estland

Die wirtschaftlichen Stärken Estlands sind die sehr gut ausgebildeten und qualifizierten Arbeitskräfte, unter dem Durchschnitt der Europäischen Union liegende Arbeitskosten, die ausgeprägte Offenheit gegenüber neuen Technologien, die gesunde öffentliche Haushaltslage sowie die strategische geographische Lage zwischen Skandinavien, Russland und anderen Mittel- und Osteuropäischen Ländern (MOEL-Länder). Vom Internationalen Währungsfond (IWF) wird Estland als fortschrittliche Wirtschaft bezeichnet.

Der Dienstleistungssektor Estlands beschäftigt mehr als 60 % der Arbeitnehmer. Mit 7.000 Mitarbeitern ist Eesti Energia der größte Arbeitgeber im Land, wobei Estland jedoch überwiegend durch Kleinst-, Klein- und mittlere Unternehmen geprägt ist. Der Anteil der Landwirtschaft am BIPs beträgt lediglich 3,7 % (Stand 2014). Da die estnische Wirtschaft stark diversifiziert ist, entfallen zusätzlich 16 % des BIPs auf den industriellen Sektor, 12,7 % auf den Groß- und Einzelhandel, 10,5 % auf das Grundstücks- und Wohnungswesen und 8 % auf den Transportsektor (Stand 2014).

Die Krise der Eurozone wurde dank frühzeitiger Umsetzung von Sparmaßnahmen und großer Ausgabenkürzung gut überstanden. So betrug das estnische Haushaltsdefizit 2014 lediglich 0,4 % des BIPs, während die Staatsschuldenquote mit 10,6 % die niedrigste innerhalb der Europäischen Union war. Zusätzlich ist die Arbeitslosenquote in den letzten 5 Jahren gesunken und der monatliche Durchschnittslohn wuchs von 839 Euro im Jahr 2011 auf 1.005 Euro in 2014 an.

Laut aktuellen Prognosen wird die Wirtschaft in den Jahren 2016/2017 weiter wachsen. Dies soll vor allem durch den Zufluss von Investitionen und ein Wachstum der Exporte erfolgen. Es wird erwartet, dass der Anstieg über dem Durchschnitt der Europäischen Union liegt. Ebenfalls wird erwartet, dass der private Konsum und das Einkommen der privaten Haushalte zusammen mit dem BIP wachsen.

Die skandinavischen Länder sind der größte Handelspartner Estlands (40 % der Exporte und 25 % der Importe Estlands), und damit einhergehend ist das wirtschaftliche Leben durch skandinavische Firmen geprägt.

Wirtschaft, Struktur und Entwicklung – Lettland

Historisch betrachtet ist Lettland eines der wichtigsten Transitländer für die Nord-Süd- sowie die Ost-West-Handelsströme. Seine geographische Lage ist auch heute noch von zentraler Bedeutung für strategisch relevante Transportströme wichtiger Volkswirtschaften, wie die der Vereinigten Staaten von Amerika, der Europäischen Union, Russlands und der weiteren Ländern der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS-Staaten) sowie die des Fernen Ostens. Daher ist der Transitsektor einer der stärksten Wirtschaftszweige Lettlands. Weitere wichtige Branchen sind: die Herstellung von Chemikalien und Pharmazeutika, die Elektronik- und Elektroindustrie, die Landwirtschaft und die Lebensmittelverarbeitung, der Holz- sowie der Kleidungs- und Textilsektor.

Die Landwirtschaft beschäftigt 7,9 % der Arbeitnehmer. Die lettische Landwirtschaft ist vor allem durch den Anbau von Kulturpflanzen wie Kartoffeln, Getreide und Futterpflanzen, die in Zusammenhang mit der Milchviehhaltung stehen, geprägt. Der Industriesektor trägt 12,1 % zum BIP bei und beschäftigt circa 14,5 % der Arbeitnehmer. Die Schwerindustrie, die Chemie und Petrochemie, aber auch die Metallverarbeitung und der Maschinenbau sind ebenfalls existentiell wichtig für die Wirtschaft innerhalb des Landes. Der Finanzsektor, welcher durch die Banken- und Immobilienkrise geschwächt wurde, ist mittlerweile wieder in die Gewinnzone zurückgekehrt. Allerdings wurden die Grenzen für Eigenmittel der Banken deutlich erhöht und die Bankenaufsicht gestärkt. Hierbei ist zu beachten, dass ein beträchtlicher Anteil der Geldeinlagen aus dem Ausland (vor allem aus Russland) stammt.

Nach Daten von Centrālā statistikas pārvalde (Statistikamt Lettlands) für 2015 sind Lettlands größte Handelspartner Litauen (18,2 %), Estland (10 %), Deutschland (9,8 %), Russland (9,3 %) und Polen (9 %).

Die steigende Binnennachfrage wird auf der einen Seite die lettische Wirtschaft stärken. 2014 stieg diese um 2,5 %. Auf der anderen Seite sollte die Euroeinführung dazu führen, dass auch die Investitionen steigen. Das Wachstum der Reallöhne und der niedrige Ölpreis haben ebenfalls einen positiven Einfluss auf die steigende Binnennachfrage. Die russische Wirtschaftskrise, die Krim-Krise und die darauf folgenden anhaltenden Spannungen sorgen allerdings für eine gravierende Schwächung des Außenhandels, was unmittelbare Auswirkungen auf die lettische Wirtschaft hat. Dies wird aller Voraussicht nach zu einer Dämpfung des BIP-Wachstums in 2016 und 2017 führen.

Auch das Investitionsniveau, insbesondere in den Bereichen Energie und Verkehr, ist gering. Dies wiederum reduziert die Wettbewerbsfähigkeit sowie die Wachstumspotenziale und behindert die Produktivität sowie auch die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Jedoch nahm die Arbeitslosenquote (2015: 9,8 %; 2014: 10,9 %) ab. Zusätzlich ist auch Lettland analog zu Estland von der Abwanderung gut ausgebildeter junger Menschen und dem demografischen Wandel negativ betroffen.

Wirtschaft, Struktur und Entwicklung – Litauen

Als größtes der drei baltischen Länder verfügt Litauen über die größte und diversifizierteste Wirtschaft. Die intensive Industrialisierung während der Sowjetzeit führte zu Unternehmen mit Spezialisierung in den Sektoren Elektronik, Chemie, Maschinenbau, Metallverarbeitung, Baumaterialien und der Lebensmittelverarbeitung. Zusätzlich zu nennen ist die Konsumgüterindustrie, die die Herstellung von Textilien, Kleidung, Möbeln und Haushaltgeräten umfasst; wobei der Textilsektor in den letzten Jahren unter der Konkurrenz aus anderen Ländern gelitten hat und gezwungen war, die Kosten zu senken.

Die litauische Wirtschaft kann als sehr offen verstanden werden. Der Außenhandel tendiert zu einem hohen Importanteil, d. h. Litauen ist ein attraktiver Markt für ausländische Exporteure von Vorleistungs- und Investitionsgütern. Ferner zeigt sich seit einiger Zeit, dass Litauen aufgrund des zunehmenden privaten Konsums ein attraktives Ziel für ausländische Exporte im Bereich des Einzelhandels ist.

Allerdings konnte sich die litauische Wirtschaft der weltweiten wirtschaftlichen Schwächung in den Jahren 2008/2009 nicht entziehen. Immerhin schaffte es Litauen, sich schnell von der Rezession zu erholen, und zählt gegenwärtig zu den am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften innerhalb der Europäischen Union. Das Wachstum betrug 2,9 % im Jahr 2014 und der gleiche Wert wird für 2015 erwartet. Weiterhin zu erwähnen ist, dass die durchschnittliche jährliche Inflationsrate bei 0,1 % (Stand 2014) lag.¹¹

In Verbindung mit der Euroeinführung im Januar 2015 wurde die allgemeine Preisentwicklung zu Recht Gegenstand großer politischer Aufmerksamkeit. So ist zu beobachten gewesen, dass die Preise für fast alle Dienstleistungen einschließlich Transport und Wohnnebenkosten stiegen. Dagegen fielen die Preise für Internetzugang, Auslandsflüge und Mobiltelefonie. Im Bereich Lebensmittel und alkoholfreie Getränke wurden die größten Anstiege bei Kaffee, Obst, Fisch und Meeresfrüchten und der größte Rückgang bei Gemüse, Zucker, Marmelade, Honig, Schokolade sowie bei Süßigkeiten, Ölen und Fetten ermittelt. Bei

¹¹ Statistisches Amt der Republik Litauen.

anderen Gütern war der größte Preisverfall im Bereich Telefonzubehör und Gebrauchtfahrzeuge, der größte Anstieg hingegen bei Mineralwasser, Tabakprodukten, Bier, Wein und vergorenen Getränken, Motorrädern, Fahrrädern, neuen Autos und Spirituosen zu identifizieren.¹²

In der Landwirtschaft sind 7,9 % der litauischen Beschäftigten tätig, in der Industrie zum Vergleich mit 19,6 % fast 2,5-mal so viele.

Während der konjunkturellen Abschwächung begann Litauens Arbeitslosenquote im Jahr 2008 zu steigen und erreichte 2010 ihren Höhepunkt mit 17,8 %. Nachdem die Wirtschaft sich erholt hatte, sank auch die Arbeitslosenquote wieder und erreichte am 1. Juni 2015 einen Wert von 8,5 %. Dieser Trend der Arbeitslosenentwicklung wird auch für die Zukunft prognostiziert. Wie auch die beiden anderen baltischen Länder kämpft auch Litauen mit den negativen Effekten der Abwanderung und des demographischen Wandels.¹³

Unter den Aspekten der schwächelnden russischen Wirtschaft und dem Import-Embargo sowie der daraus resultierenden schwachen Nachfrage aus Russland leiden auch die litauischen Exporte. Allerdings konnte der Rückgang der Exporte in Richtung Russland durch Exporte in andere Länder, insbesondere Länder der Europäischen Union, zumindest teilweise ausgeglichen werden. Die Binnennachfrage wird sich nach aktuellen Prognosen weiter stark nach oben entwickeln. Die erwarteten Verbesserungen der internationalen Konjunkturen werden sich zusätzlich auf die gesamte Wirtschaft Litauens auswirken und zu Wachstum führen.¹⁴

2.3 Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und dem Baltikum

Deutschland besitzt sowohl beim Import als auch beim Export für alle baltischen Länder eine wichtige Funktion und liegt in den Rankings der wichtigsten Handelspartner immer auf den vorderen Rängen.

Wirtschaftliche Beziehungen zu Deutschland – Estland

Der Anteil der Exporte am BIP in Estland lag 2014 bei beträchtlichen 62,0 %. Im Vergleich dazu waren es 2008 hingegen nur 51,6 %. Der größte Anteil, 74,5 % der Exporte, ging an andere Mitgliedsstaaten der Europäischen Union, weitere 10 % der Exporte gingen nach Russland.

¹² Statistisches Amt der Republik Litauen.

¹³ Statistisches Amt der Republik Litauen.

¹⁴ Litauische Notenbank. https://www.lb.lt/macroeconomic_forecast. Aufgerufen am 17.12.2015.

Die wichtigsten Exportgüter des Landes sind Maschinen sowie Fahrzeuge mit einem Anteil von 31,7 % der Gesamtausfuhren, gefolgt von Grunderzeugnissen (15,1 %). Die Exporte erstrecken sich besonders auf niedrige bzw. mittlere Technologiegüter, im Bereich hoher Wertschöpfung hingegen gibt es nur wenige Exporte. Mittelfristig wird davon ausgegangen, dass das Wachstum der Exporte sich verlangsamt. Der Grad der Wettbewerbsfähigkeit geht ebenfalls zurück, was sich mittelfristig negativ auf den Export auswirken wird. Daher wird versucht, mit Investitionen in die Infrastruktur besonders zu den Nachbarländern diesem Abwärtstrend entgegenzuwirken. Die Außenhandelsbilanz Estlands war 2014 im Gleichgewicht. Für 2015 wird ein Defizit in Höhe von 0,4 % des BIPs erwartet.

Für Estland sind die Haupthandelspartner Finnland, Schweden und Deutschland von großer Bedeutung. Die Rolle Russlands ist, besonders aufgrund der Einfuhrbeschränkungen von Lebensmitteln stark zurückgegangen.

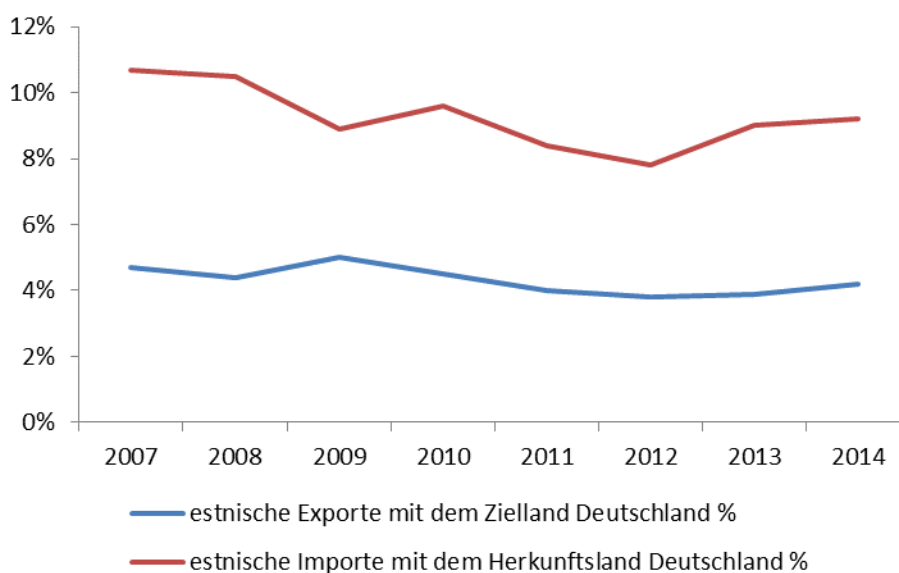


Abbildung 7: Importe und Exporte Estland – Deutschland in %

Quelle: Comtrade. comtrade.un.org. (17.12.2012).

Deutschland hat sich immer wieder als einer der wichtigsten Handelspartner Estlands erwiesen. Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen beiden Ländern waren in den vergangenen 10 Jahren äußerst stabil. Laut Comtrade betrugen die estnischen Importe aus Deutschland 9,2 % und 4,2 % bei den Exporten an den Gesamtwerten. Beide Werte wuchsen seit einem historischen Tiefpunkt im Jahr 2012 wieder kontinuierlich an.

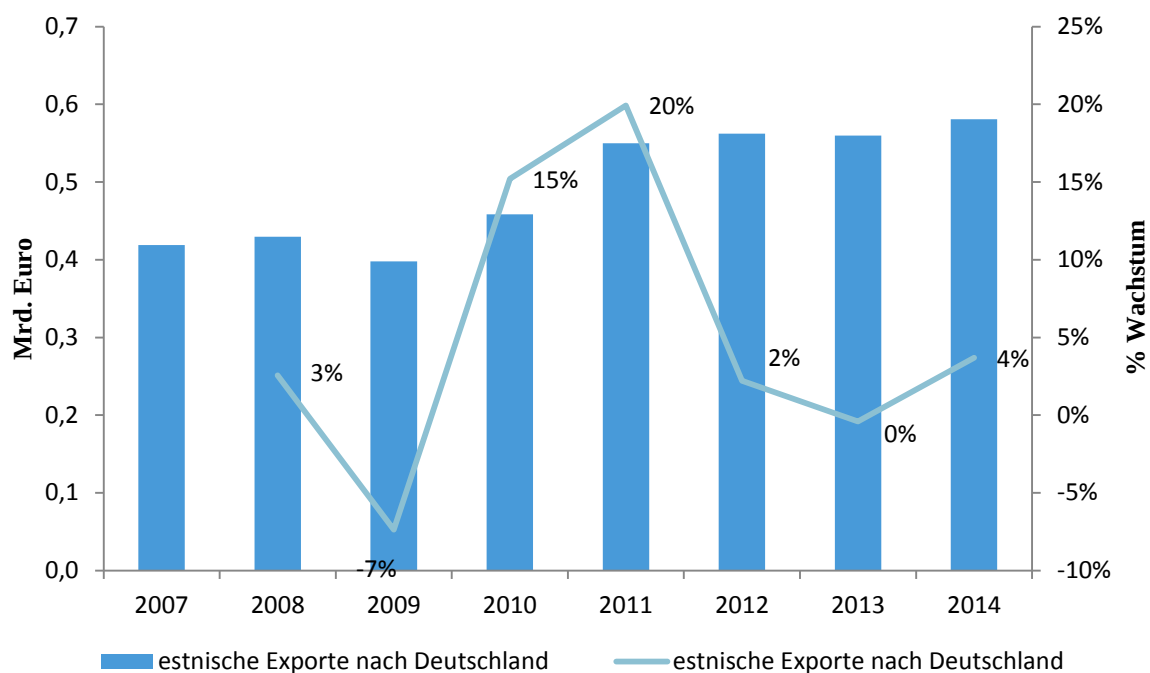


Abbildung 8: Exporte von Estland nach Deutschland in Mrd. Euro und % Wachstum

Quelle: Comtrade.

Aktuell erreichen Deutschlands und Estlands Handelsverbindungen einen historischen Höchststand von 1,5 Mrd. Euro für estnische Importe aus Deutschland, bzw. 0,6 Mrd. Euro für estnische Exporte nach Deutschland. Die Hauptprodukte, welche Estland nach Deutschland exportiert, sind vorgefertigte Gebäude (z. B. Gartenhäuser), Holz und verschiedene elektronische bzw. industrielle Ausrüstungsgegenstände. Die wichtigsten Produkte, welche Estland aus Deutschland importiert, sind diverse industrielle Elektronikbauteile und Maschinen sowie Transportfahrzeuge und chemische Erzeugnisse.

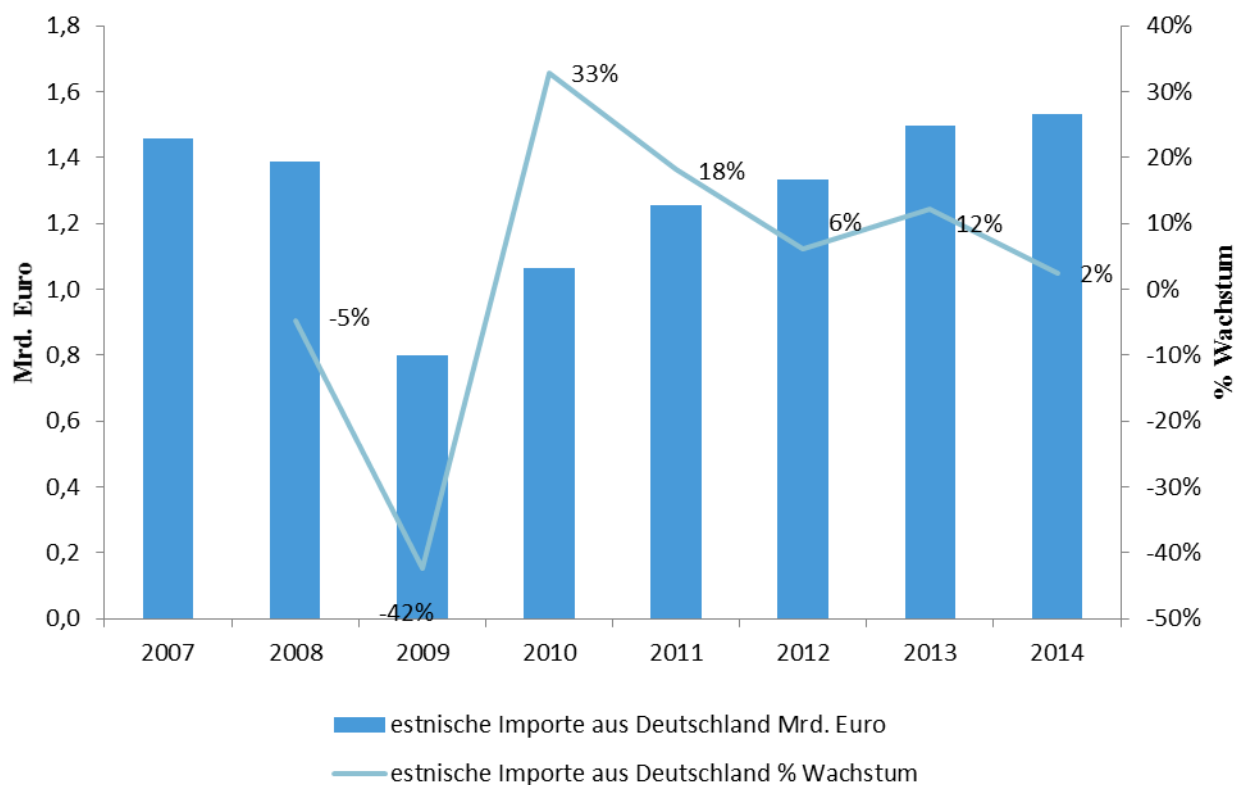


Abbildung 9: Importe nach Estland aus Deutschland in Mrd. Euro und % Wachstum

Quelle: Comtrade.

Wirtschaftliche Beziehungen zu Deutschland – Lettland

Der Anteil der Exporte am BIP ist in den letzten Jahren sprunghaft angestiegen. Lag der Wert 2008 noch bei 26,1 %, ist er inzwischen auf 41,9 % (Stand 2015) angestiegen. Das Exportwachstum lag 2014 noch bei 2,0 %, allerdings wird für 2015 mit einem Rückgang von 16,3 % gerechnet. Die größten Handelspartner Lettlands sind mit 68,9 % andere Mitgliedsstaaten der Europäischen Union, gefolgt von Russland (14,7 %). Der Rückgang der Exporte nach Russland hat eine enorme Neustrukturierung der exportierenden Unternehmen bis hin zu neuen Produkten für neue Märkte verlangt.

Die Hauptexportgüter 2014 waren Maschinen und Fahrzeuge (18,9 %) und Grunderzeugnisse (18,4 %). Bisher liegt auch in Lettland noch ein Schwerpunkt der Exporte auf dem Bereich der Low-Tech- bzw. Low-Skill-Waren. Allerdings ist in den letzten Jahren auch ein Trend in Richtung höherwertigerer Produkte festzustellen. Die Außenhandelsbilanz betrug 2,0 % des BIPs in 2014. Für 2015 wird ein Anstieg auf 2,3 % erwartet.

In Bezug auf die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Deutschland und Lettland muss Lettland als Nettoimporteur bezeichnet werden. Laut Comtrade beträgt der Anteil Deutsch-

lands an den Gesamteinfuhren nach Lettland 10,2 %, wohingegen die lettischen Exporte nach Deutschland 6,4 % der gesamten lettischen Exporte ausmachen (Stand 2014).



Abbildung 10: Importe und Exporte Lettland – Deutschland in %

Quelle: Comtrade.

Wertbezogen sind die lettischen Importe aus Deutschland doppelt so hoch wie die lettischen Exporte nach Deutschland. 2014 beträgt der Warenstrom nach Lettland 1,44 Mrd. Euro und der Export hingegen nur 0,7 Mrd. Euro. Lettland exportiert vorrangig Holzprodukte, Elektronik, Fahrzeuge und Glas. Die wesentlichen Positionen, die Lettland aus Deutschland importiert, sind Transportfahrzeuge, Industriebau- und -ersatzteile sowie Medikamente.¹⁵

In den letzten 10 Jahren wurden signifikante Schwankungen in der Im-und-Export-Statistik zwischen Lettland und Deutschland verzeichnet. Als Hauptgründe können die Wirtschaftskrise in Lettland in den Jahren 2008/2009 und die daraus folgenden wirtschaftlichen Turbulenzen genannt werden. Anschließend erfolgte ein hoher Anstieg bis 2012, welcher aktuell in einen leichten Rückgang übergeht.

¹⁵ The Observatory of Economic Complexity. http://atlas.media.mit.edu/en/visualize/tree_map/hs92/import/lva/deu/show/2013. (17.12.2015).

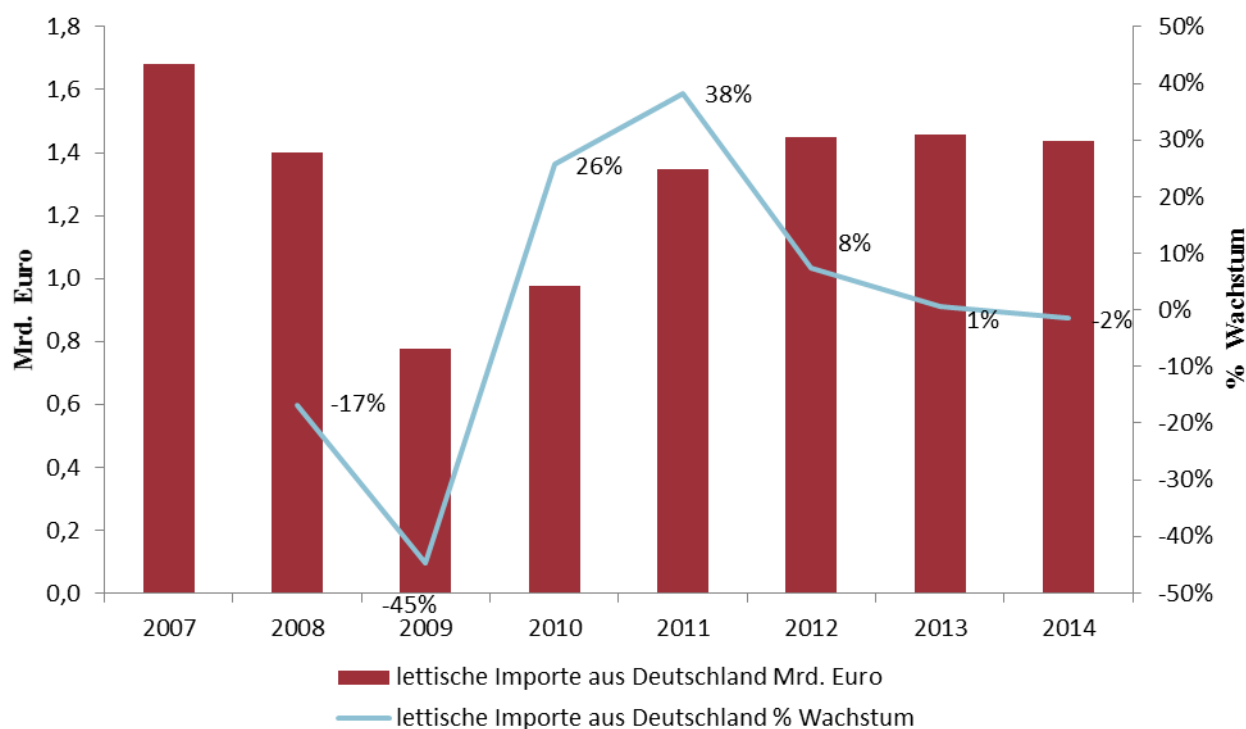


Abbildung 11: Importe von Lettland nach Deutschland in Mrd. Euro und Wachstum in %

Quelle: Comtrade.

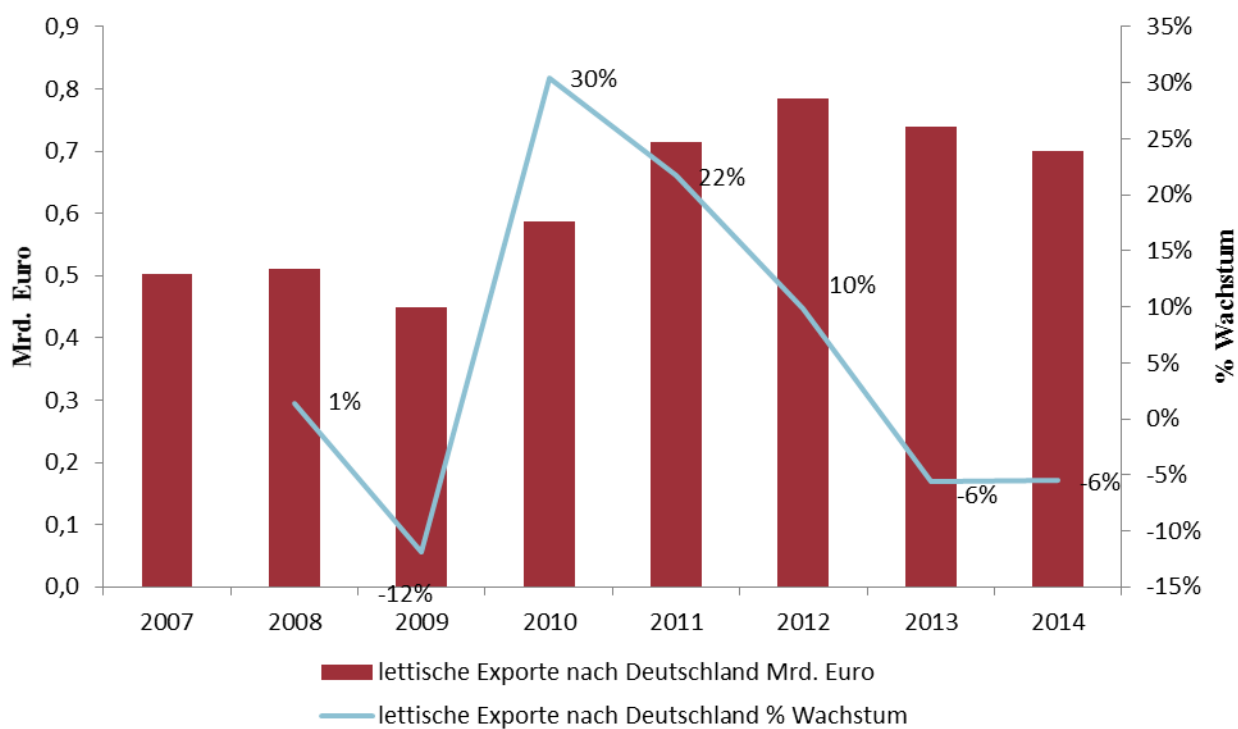


Abbildung 12: Exporte nach Lettland aus Deutschland in Mrd. Euro und Wachstum in %

Quelle: Comtrade.

Wirtschaftliche Beziehungen zu Deutschland – Litauen

Deutschland wird in weiten Teilen der Wirtschaft als wichtige Wirtschaftsmacht und als ein enger Handelspartner Litauens gesehen. Auch ist Litauen historisch betrachtet mit Deutschland verbunden. Das ehemalige Kleinlitauen bzw. Preußisch Litauen, welches die Städte Klaipėda (Memel) und Šilutė (Heydekrug) umfasste, war Teil des Deutschen Reiches bis Ende des 2. Weltkriegs. Nach dem Zusammenbruch der Sowjetunion und der danach folgenden Selbstständigkeit Litauens im August 1991 wurden die Handelsbeziehungen zwischen den beiden Ländern wiederbelebt und in den folgenden Jahren intensiviert. Mittlerweile ist Deutschland Litauens Exportziel Nr. 3 mit 7,7 % der Gesamtexporte. Bei den Importen war Deutschland in den Jahren 2013 bis 2015 Litauens zweitwichtigster Handelspartner.

Mit der Euro-Einführung im Januar 2015, womit Wechselkursrisiken und Wechselkosten entfielen, stehen die Weichen für weitere Investitionen und den Ausbau der Handelsbeziehungen in diesem baltischen Land gut. Nach Angabe von Investuok Lietuvoje (Invest Lithuania) wird Deutschland eine besondere Rolle bei weiteren Investitionen spielen. Deutschland ist mit einem Volumen von 1,04 Mrd. Euro einer der wichtigsten ausländischen Investoren in Litauen. Aktuell gibt es mehr als 1.200 deutsche Unternehmen, die in Litauen investiert haben. Die litauische Regierung hat erst kürzlich verkündet, dass eine Intensivierung der Investitionen und Handelsaktivitäten mit Deutschland angestrebt wird.¹⁶

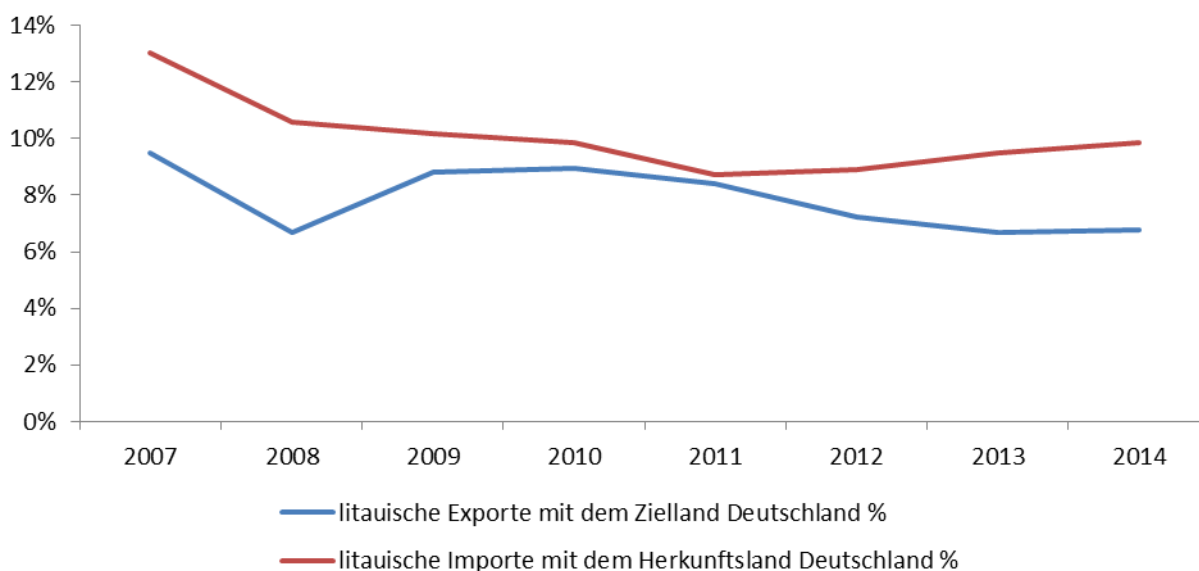


Abbildung 13: Importe und Exporte Litauen – Deutschland in %

Quelle: Comtrade.

¹⁶ Invest Lithuania: Lithuanian Euro introduction to boost trade with Germany. <http://www.investlithuania.com/news/lithuanian-euro-introduction-to-boost-trade-with-germany>. (17.12.2015).

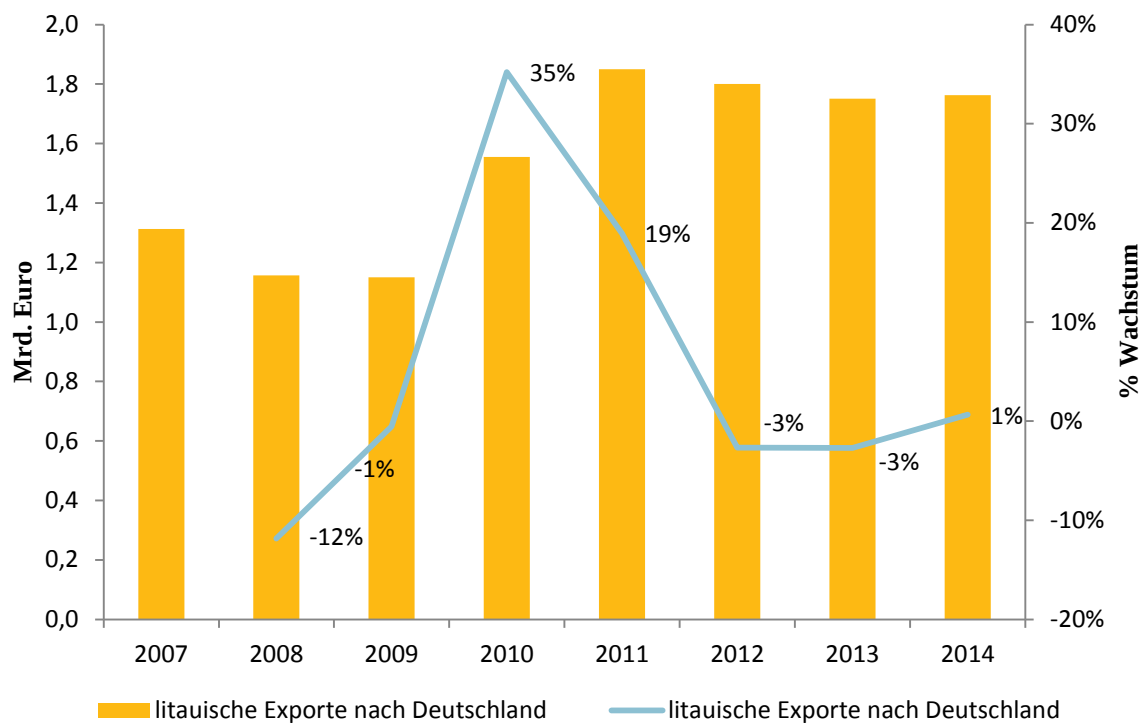


Abbildung 14: Exporte von Litauen nach Deutschland in Mrd. Euro und % Wachstum

Quelle: Comtrade.

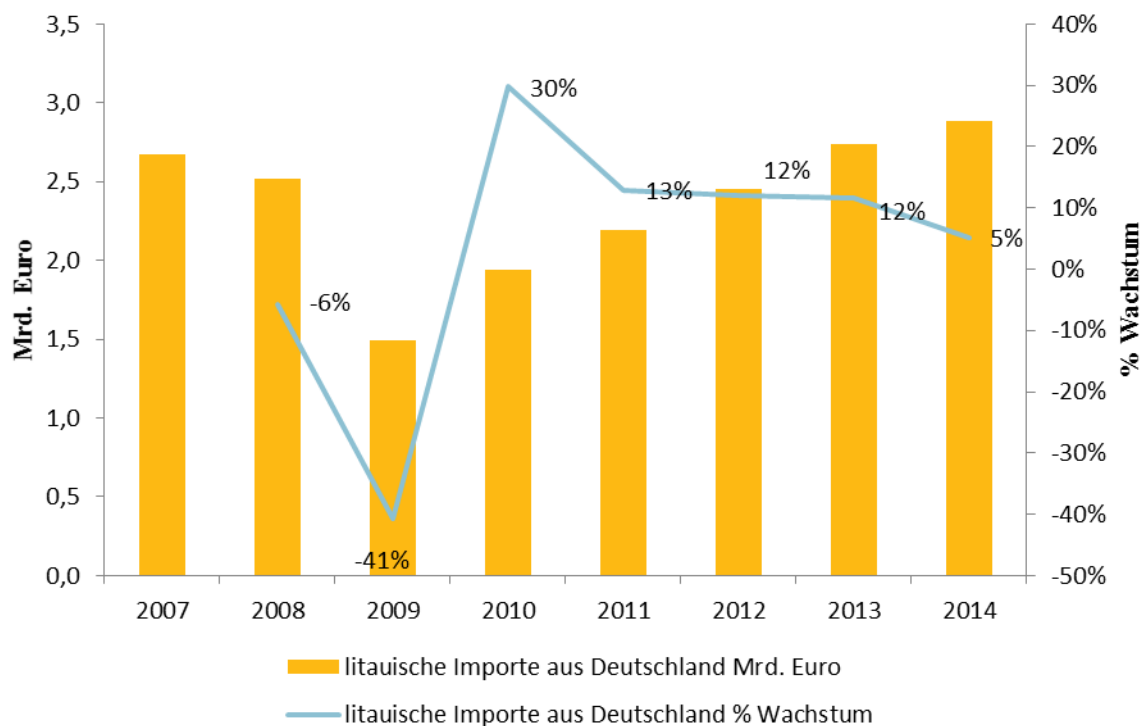


Abbildung 15: Importe nach Litauen aus Deutschland in Mrd. Euro und Wachstum in %

Quelle: Comtrade.

2.4 Investitionsklima und -förderung

Alle drei baltischen Länder werben jeweils auf ihre eigene Art aktiv um ausländische Direktinvestitionen. Durch Beratungsagenturen, aber auch durch geringe Steuersätze und wenig Bürokratie sowie elektronische Prozesse werden Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen angesprochen.

Investitionsklima und -förderung – Estland

Die estnische Regierung versucht nach eigenen Angaben ausländische Investitionen anzuziehen, um damit die lokale Wirtschaft zu stärken. So bieten verschiedene Regierungsbehörden wie u. a. Estonian Investment Agency und Ettevõtlike Arendamise Sihtasutus (Enterprise Estonia) verschiedene Gründungsdienstleistungen wie z. B. Informationsmaterial, Schulungen und Beratung an. Als Ergebnis wird Estland als ein sicheres und dynamisches Zielland für Investitionen gesehen und als ein Land mit einem liberalen Wirtschaftsklima.

Als Mitglied der Europäischen Union besitzt es zudem günstige Bedingungen für ausländische Direktinvestitionen. Ein weiterer Grundstein der estnischen Wirtschaftsstrategie ist der

offene Umgang mit dem Thema Außenhandel. So gehört Estland zu einem der Länder mit den höchsten ausländischen Direktinvestitionen pro Kopf in Ost- und Mitteleuropa.

Durch die Einführung von e-Residency¹⁷ am 1. Dezember 2014 machte Estland einen großen Schritt bei der Entwicklung seiner Wirtschaft, Wissenschaft, Bildung und Kultur, indem es seine öffentlichen und privaten E-Services allen Personen weltweit zur Verfügung stellte. Dies ermöglicht es internationalen Firmen, welche Geschäfte innerhalb Estlands tätigen, Geschäftsaktivitäten wie Signieren von Dokumenten und Bankgeschäfte schnell und einfach auszuführen.

Bis zum Ende 2014 betrugen die ausländischen Direktinvestitionen 15,9 Mrd. Euro. Mit 26,4 % kamen die meisten Investitionen von schwedischen Investoren und 21,8 % von finnischen.

Die dominierenden Ziele der ausländischen Investitionen waren der Finanz- und Versicherungssektor (27,1 %), der Immobiliensektor (16,5 %) und der Groß- und Einzelhandel (14,8 %).¹⁸

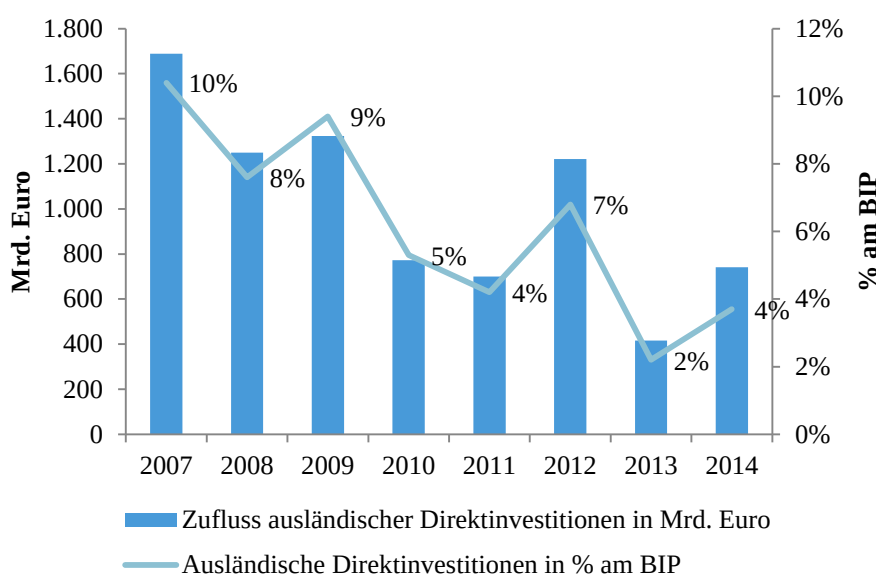


Abbildung 16: Ausländische Direktinvestitionen Estland

Quelle: UNCTAD, unctad.org. (18.02.2015).

Das estnische Einkommensteuersystem mit einem Einheitssteuersatz von 21 % gilt als eines der einfachsten Steuersysteme der Welt. Ferner ist es möglich, den Zeitpunkt der Versteue-

¹⁷ E-Estonia – The Digital Society: What is e-Residency, <https://e-estonia.com/e-residents/about/> (18.12.2015).

¹⁸ Estonia.eu: Economy in Numbers, <http://estonia.eu/about-estonia/economy-a-it/economy-in-numbers.html>, (06.02.2016).

rung zu verschieben. Nichtverteilte Gewinne unterliegen nicht der Einkommenssteuer. Dies ist unabhängig von Wiederanlage oder Beibehaltung.

Estland bietet besonders gute Chancen für Unternehmen in den Branchen Informations- und Kommunikationstechnologie, Chemieindustrie, Holzverarbeitung und Biotechnologie. Ferner ist zu erwähnen, dass Estland traditionell über starke Handelsbeziehungen zu Finnland, Schweden und Deutschland verfügt.

Beim World Economic Forum Global Competitiveness Index liegt Estland auf Rang 30 und auf Rang 8 im The Wall Street Journal Economic Freedom Index - die höchste Platzierung aller drei baltischen Staaten.

Investitionsklima und -förderung – Lettland

Die Aktivität der lettischen Regierung bei ausländischen Direktinvestitionen hat zwei Schwerpunkte. Einerseits bewirbt die Regierung Lettland aktiv als attraktives Land für ausländische Direktinvestitionen und arbeitet andererseits mit Investoren zusammen daran, das Geschäftsklima im Land zu verbessern. Jüngste Berichte deuten darauf hin, dass einige der wichtigsten Herausforderungen für ausländische Investoren u. a. die Bürokratie, die Korruption und die unzureichend entwickelte Infrastruktur sind.

Die lettische Regierung führte kürzlich den POLARIS-Prozess ein. Dieser Mechanismus wurde entwickelt, um eine Allianz zwischen dem öffentlichen Sektor, einschließlich der nationalen und lokalen Regierungen, dem Privatsektor mit nationalen und internationalen Unternehmen und den wichtigsten lettischen Hochschulen und Forschungseinrichtungen zu schaffen. Dieser Prozess hat das Ziel, ausländische Investitionen zu fördern und das Wirtschaftswachstum anzukurbeln.

Ebenfalls findet jährlich das Foreign Investors Council in Lettland, bestehend aus der lettischen Regierung, großen ausländischen Unternehmen und den Handelskammern, statt, welches ebenfalls das ausdrückliche Ziel hat, die Rahmenbedingungen für Unternehmen zu verbessern und ausländische Investitionen zu fördern.

Laut dem Doing Business Report der Weltbank von 2015 belegt Lettland Platz 25 von 189 Ländern im Hinblick auf einfache Geschäftstätigkeiten.

Aufgrund der geographischen Lage bietet Lettland strategischen Zugang zu Märkten der Europäischen Union und den Märkten Russlands und Zentralasiens. Hierfür ist von Vorteil, dass Lettland drei eisfreie Häfen hat, die mit dem Schienen- und Straßennetz sowie dem größten

internationalen Flughafen in der baltischen Region verbunden sind. Das Straßennetz ist sowohl mit dem europäischen als auch dem zentralasiatischen Netz verbunden. Die Eisenbahn verbindet Lettland mit den anderen baltischen Ländern, Russland, welches mit weiteren Verbindungen nach Zentralasien und China verbunden ist, und Belarus.

Ferner ist der lettische Körperschaftssteuersatz mit einem Einheitssteuersatz von 15 % einer der niedrigsten innerhalb der Europäischen Union und einem persönlichen Steuersatz von 23 %. Sonderwirtschaftszonen (SWZ) in Lettland wie Rīgas Brīvostas Pārvalde (Freihafen Riga), Ventspils brīvostas pārvalde (Freihafen Windau), oder solche in Liepāja (Libau) und Rēzekne (Rositten) bieten Investoren besondere Steuervergünstigungen.

Trotz der Bemühungen der Regierung Lettlands hängt das Land allerdings immer noch hinter den anderen baltischen Ländern in Bezug auf die Attraktivität für ausländische Investoren zurück.

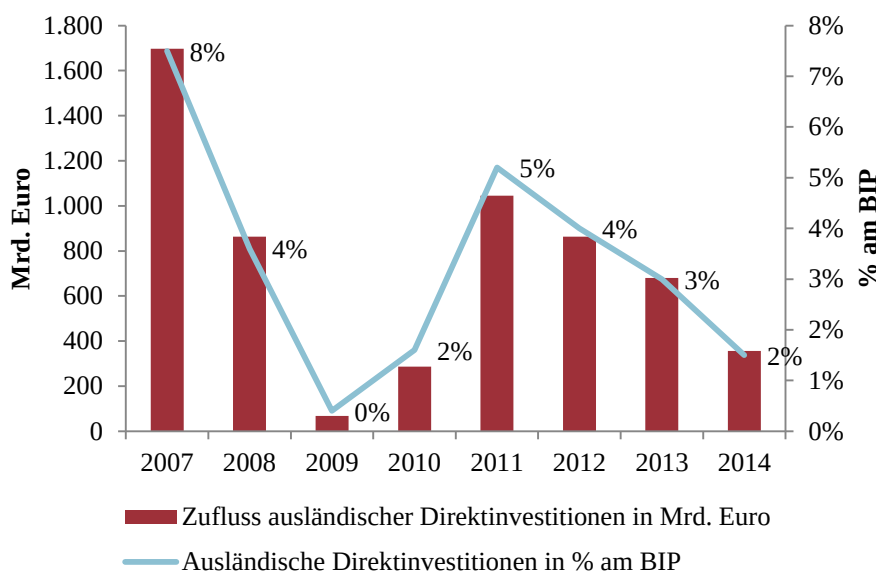


Abbildung 17: Ausländische Direktinvestitionen Lettland

Quelle: UNCTAD.

Investitionsklima und -förderung – Litauen

Estland, Lettland und Litauen sind vorrangig aufgrund ihrer günstigen geographischen Lage, der stabilen Wirtschaft und der gut ausgebildeten Arbeitskräfte für ausländische Investoren interessant. Zusätzlich besitzt Litauen weitere Vorteile wie sehr günstige Investitionen, eine gute Infrastruktur und attraktive steuerliche Rahmenbedingungen, vor allem in den sieben freien Wirtschaftszonen, wie z. B. eine nullprozentige Gewinnsteuer in den ersten 6 Jahren, gefolgt von 7,5 % in den nächsten 10 Jahren. Zusätzlich gibt es keine Steuern auf Dividenden

und keine Grundsteuer. Außerdem setzt Litauen den Prozess der Liberalisierung des Arbeitsrechts weiter fort, da die Arbeitsvorschriften als großes Problem bei der Verbesserung des Geschäftsklimas betrachtet werden.

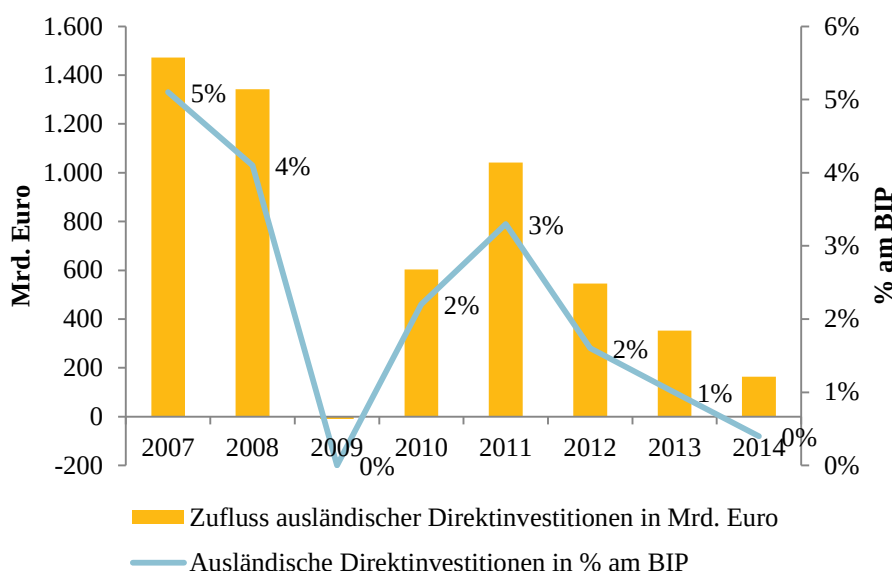


Abbildung 18: Ausländische Direktinvestitionen Litauen

Quelle: UNCTAD.

Hoch entwickelte e-Government Netzwerke und e-Services ermöglichen es Unternehmen, ihre Geschäfte bequem online zu verwalten. Seit 2011 verwenden 98 % der Unternehmen die e-Government-Dienstleistungen in Litauen, wo hingegen der EU-27 Durchschnitt bei lediglich 84 % lag.¹⁹ Bei der Analyse der Vereinten Nationen zum Thema e-Government aus 2012 belegt Litauen Platz 29.

Litauen hat darüber hinaus laut Investuok Lietuvoje (Invest Lithuania) einige der am besten ausgebildeten Arbeitskräfte innerhalb der Europäischen Union. 30 % der Bevölkerung besitzen einen Hochschulabschluss, 90 % sprechen mindestens eine Fremdsprache und 50 % sprechen zwei Fremdsprachen. Im Vergleich zu anderen Länder der Europäischen Union und den Vereinigten Staaten von Amerika sind außerdem die Arbeitskosten weniger als halb so hoch.

Mokslo ir technologijų slėniai (Wissenschafts- und Technologiezentren) sind integrierte Wissenschafts-, Ausbildungs- und Business-Zentren, in denen Kompetenzen an einem Ort gebündelt werden. Jedes der Zentren besitzt eine spezielle Ausrichtung, um den Austausch und die Entwicklung zu fördern. Zusätzlich können Unternehmen, die Forschungs- und

¹⁹ Statistisches Amt der Republik Litauen

Entwicklungsprojekte in Litauen durchführen, die Kosten für diese Tätigkeiten dreifach von der Einkommensteuer absetzen.²⁰

Allerdings hat Litauen noch erheblichen Nachholbedarf in Bezug auf die Bekämpfung von Korruption, Steuersystemstabilität, Kontrollinstitutionen und Sozialversicherungsleistungen. Ferner gibt es bisher einen Mangel an schneller Verkehrsinfrastruktur innerhalb des Landes und an guten Flugverbindungen. Ein anderes Thema ist die Bekämpfung von Schmuggel, Steuerhinterziehung und anderen illegalen Aktivitäten.

	Estland	Lettland	Litauen
Global Competitiveness Index 2014 - 2015	30	44	36
The Wall Street Journal Economic Freedom Index	8	37	15

Tabelle 2: Vergleiche internationaler Indexe

Quelle: World Economic Forum. <http://www.weforum.org>. (18.12.2015).

3 Überblick über die baltische Agrar- und Ernährungswirtschaft, Struktur und Schwerpunkte

Die letzten 10 Jahre seit dem Beitritt in die Europäische Union waren für die baltischen Länder unbeständige Jahre voller Veränderungen, die durch die mannigfaltigen Konsequenzen aufgrund der Klimaveränderung und finanzieller Schwierigkeiten im Anschluss an die weltweite Finanzkrise charakterisiert waren. Die Bilanz dieser letzten 10 Jahre ist für die Landwirtschaft und Lebensmittelindustrie allerdings positiv ausgefallen. Trotz der Halbierung der Landwirtschaftsbetriebe in Estland seit 2003 (in Lettland betrug der Rückgang ein Drittel, in Litauen mehr als ein Viertel) sind die landwirtschaftlichen Betriebe heute größer und besser ausgestattet als je zuvor. Bezogen auf den EU-Durchschnitt verfügt beispielsweise ein überdurchschnittlicher Anteil der Landwirte in den baltischen Ländern über eine abgeschlossene landwirtschaftliche Berufsausbildung.²¹

Die Gemeinsame Agrarpolitik der Europäischen Union (CAP) hat den produzierenden Landwirten und weiterverarbeitenden Betrieben im Baltikum dabei geholfen, neue Risiken zu bewältigen und ihre Geschäftsaktivitäten weiterhin fortzusetzen. In den Jahren 2005-2013 betrugen die gesamten CAP-Ausgaben in Estland 1,4 Mrd. Euro, in Lettland 2,2 Mrd. Euro

²⁰ Invest Lithuania: Investitionschancen. www.investlithuania.com/lt/investiciju-galimybes (6..2.2016).

²¹ European Commission: Agricultural Policy Perspectives Brief. ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives. (18.12.2015).

und in Litauen 4,3 Mrd. Euro. Estlands Landwirte haben davon ungefähr 500 Mio. Euro als Direkthilfe für z. B. Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhaltes bekommen. Fast 900 Mio. Euro wurden für die Modernisierung der Landwirtschaft, zur nachhaltigen Unterstützung und der Entwicklung der landwirtschaftlichen Gebiete ausgegeben. Lettische Landwirte erhielten 800 Mio. Euro als Direkthilfe sowie 1,4 Mrd. Euro für die Modernisierung der Landwirtschaft. In Litauen lagen die Förderungen bei 2,1 Mrd. Euro und 2,2 Mrd. Euro.

Die Unterstützung durch die Europäische Union hatte eine besondere Bedeutung für die Neustrukturierung der baltischen Länder in der Zeit nach der Unabhängigkeit. Durch die Landrückgabe wurde das Landwirtschaftssystem der Sowjetzeit komplett ersetzt. In dieser Umgebung mussten die „neuen“ Landwirte viele Entwicklungsschritte erneut durchlaufen. So mussten diese den Betrieb neu gründen, aber auch den täglichen Ablauf neu strukturieren und all dies ohne ausreichende finanzielle Ressourcen und mit geringen betriebswirtschaftlichen Kenntnissen.

Die Landreform nach der Unabhängigkeit brachte nicht nur große Veränderungen in den Eigentümerstrukturen mit sich, sondern auch die Verschlankung der landwirtschaftlichen Grundinfrastruktur der Vergangenheit. Die Reform führte zu einer Reduktion der bewirtschafteten Agrarfläche, darüber hinaus wurde die Tierhaltung reduziert mit der einhergehenden Konsequenz eines Rückgangs der landwirtschaftlichen Produktion. Aufgrund der niedrigen Einkommen wurde die Landwirtschaft im Vergleich zu anderen Wirtschaftsaktivitäten finanziell unattraktiv. Die Mitgliedschaft in der Europäischen Union lieferte den nationalen Agrarpolitikern neue Impulse, umfangreiche Ressourcen und langjährige Erfahrungen für die Umsetzung dieser Politik.

Momentaufnahme der Landwirtschaft – Estland

Die estnische Landwirtschaft wurde in den letzten Jahren stark konsolidiert. 2010 gab es in Estland 19.613 landwirtschaftliche Betriebe. Im Vergleich zu dem landwirtschaftlichen Zensus aus 2001 ging damit die Zahl der Betriebe um ein Drittel zurück. Viele Betriebe haben ihre landwirtschaftliche Aktivität eingestellt oder die bewirtschaftete Fläche fiel unter die 1-Hektar-Grenze. Den Hauptanteil an verschwundenen Betrieben machten kleine Betriebe mit einer bewirtschafteten Fläche von unter 10 ha aus, deren Anzahl zuletzt viermal gesunken ist. Gleichzeitig ist der Anteil der Betriebe mit min. 100 ha um das 1,7-fache gestiegen und beträgt aktuell 724 Betriebe.²²

2010 gab es in Estland 102 Betriebe mit ausländischen Eigentümern. Ein Hauptteil dieser Eigentümer kam aus Finnland. Weitere Eigentümer kamen u. a. aus Österreich, Dänemark, dem

²² Statistisches Amt der Republik Estland: Agricultural Census 2010.

Vereinigten Königreich, Irland sowie Schweden. Der Anteil an landwirtschaftlichen Flächen, die zu Betrieben mit ausländischen Eigentümern gehörten, betrug lediglich 4,4 %. Die Betriebe von österreichischen (1,1 %) bzw. finnischen (1 %) Eigentümern waren hierunter die größten.

Die Übernahme von landwirtschaftlichen Flächen in Estland wird durch das Gesetz zur Einschränkung des Erwerbs von Immobilien geregelt.²³ Dieses gibt außerdem vor, dass Estländer oder Staatsangehörige anderer Länder des Europäischen Wirtschaftsraums (EEA) bzw. der Mitgliedsländer der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) Flächen unter 10 ha ohne Restriktionen übernehmen dürfen. Bei Flächen über 10 ha muss hingegen z. B. nachgewiesen werden, dass zum Zeitpunkt des Erwerbs Erfahrungen aus den letzten drei Jahren aus der Landwirtschaft, wie im Anhang 1 des Vertrags der Europäischen Union gefordert, vorliegen. Auch wenn der Käufer diese Anforderungen nicht erfüllt, kann der Erwerb durch den Bezirksgouverneur genehmigt werden.

Produktion des landwirtschaftlichen Sektors – Estland

Der Anteil der Beschäftigten in der Landwirtschaft nahm in den letzten Jahren kontinuierlich ab. Allerdings stieg die landwirtschaftliche Produktion gleichzeitig. Die landwirtschaftliche Produktion ist nur für einen sehr stabilen Anteil von weniger als 5 % am BIP verantwortlich.

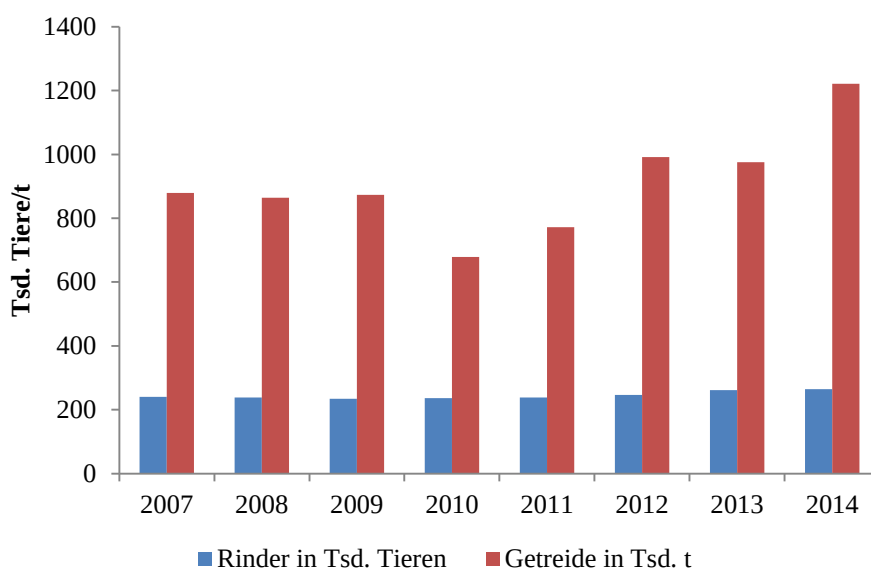


Abbildung 19: Rinder- und Getreideproduktion Estlands

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Estland. www.stat.ee. (19.12.2015).

²³ Estonia Restrictions on Acquisition of Immovables Act, in Kraft getreten am 08.02.2012.

Die landwirtschaftliche Produktion erreichte ihren Höhepunkt in 2014. Die Anzahl der Rinder ist über den Zeitraum 2007-2014 mit einer jährlichen Wachstumsrate von 1,4 % stetig gewachsen. Am Ende des Jahres 2014 lag die Zahl der Rinder bei 264.700, inklusive 95.600 Milchkühe. Jährlich betrachtet schwankte die Produktion der Landwirtschaft aufgrund von unterschiedlichen Ernteergebnissen. Über den gesamten Zeitraum konnte allerdings mittelfristig eine jährliche Wachstumsrate von 4,8 % ermittelt werden, woran besonders die Rekordernnten von 2012 und 2014 ihren Anteil hatten. Weizen und Gerste sind die wichtigsten Getreidekulturen in Estland und erreichen aktuell einen Anteil von annähernd 90 % am Ernteergebnis.

Weitere wichtige landwirtschaftliche Erzeugnisse sind Fleisch, Eier und Fleischerzeugnisse für die Weiterverarbeitung. Diese Produkte verzeichneten in den vergangenen sieben Jahren ebenfalls ein stabiles Wachstum. Die Milchproduktion wuchs in diesem Zeitraum mit einer jährlichen Wachstumsrate von 2,2 %, jedoch mit einem leichten Rückgang im Jahr 2009, als Konsequenz der Wirtschaftskrise und des einhergehenden Rückgangs der Nachfrage nach landwirtschaftlichen Produkten. Das Ergebnis der Milchproduktion lag Ende 2014 bei 805,2 Tsd. t.²⁴

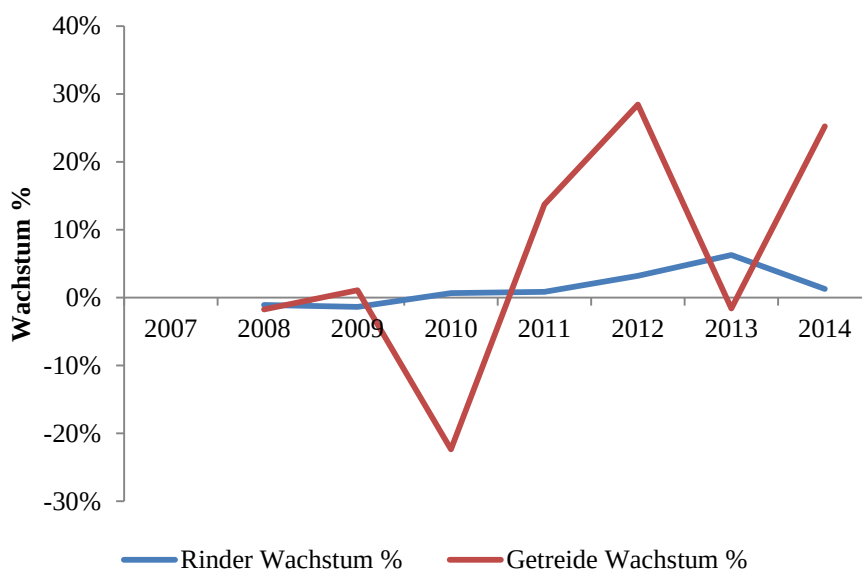


Abbildung 20: Wachstum Rinder- und Getreideproduktion Estlands

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Estland. www.stat.ee. (19.12.2015).

Die Fleischproduktion belief sich in 2014 auf 80,7 Tsd. t, der höchste Wert des Berichtszeitraums. Generell zeigt die Fleischproduktion in den Jahren 2007-2014 ein jährliches Wachstum von 1,9 %. Schweinefleisch hat hierbei den größten Anteil von ca. 60 %.

²⁴ Statistisches Amt der Republik Estland. www.stat.ee. (19.12.2015).

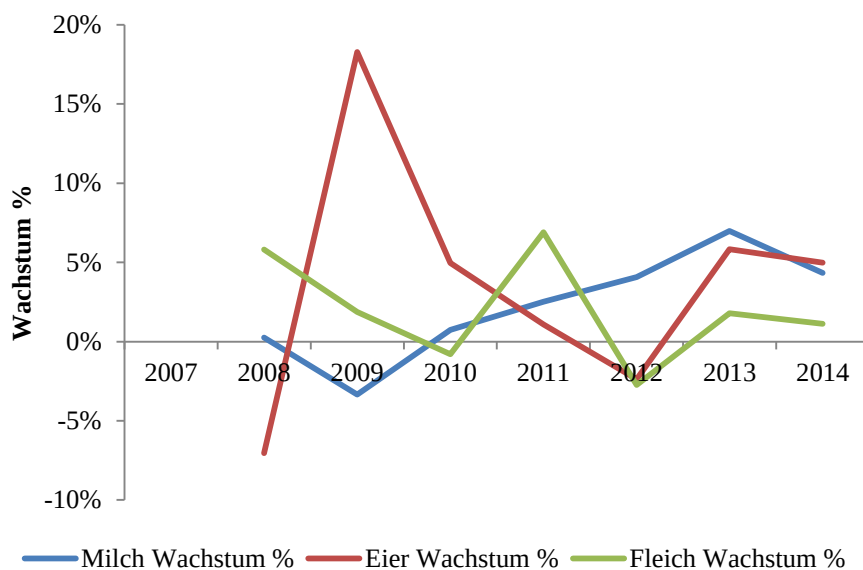


Abbildung 21: Wachstum Milch-, Ei- und Fleischproduktion Estlands

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Estland. www.stat.ee. (19.12.2015).

Die Eierproduktion erreicht ihr maximales Volumen ebenfalls 2014 mit 199,4 Mio. Eiern. Nach der Getreideproduktion verzeichnete die Eierproduktion mit einem jährlichen Wachstum von 3,4 % das zweithöchste Wachstum.

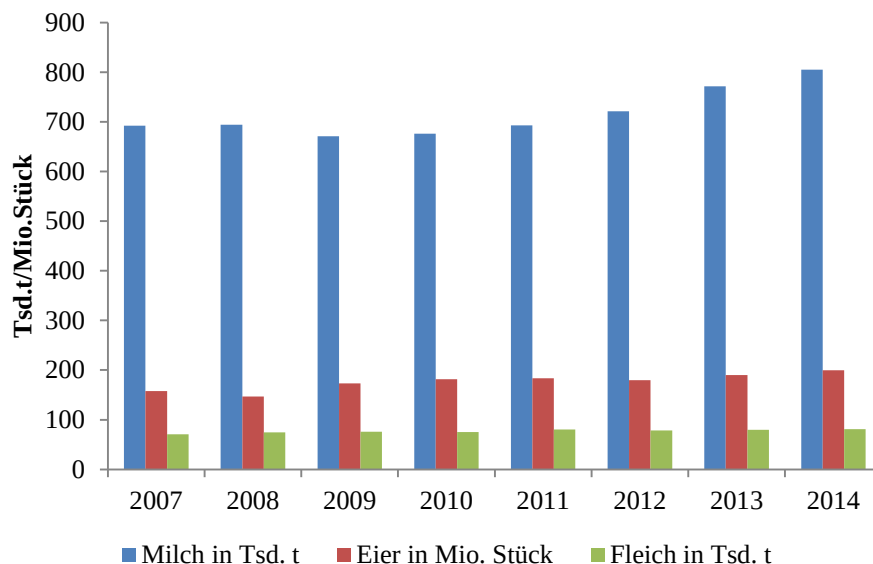


Abbildung 22: Milch-, Ei- und Fleischproduktion Estlands

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Estland.

Momentaufnahme der Landwirtschaft – Lettland

2013 gab es 85.900 landwirtschaftliche Betriebe in Lettland, dies bedeutet einen Rückgang von 5.400 im Vergleich zu 2012. Ferner betrug im Jahr 2013 die durchschnittliche Größe 31,9 ha. Der Anteil an bewirtschafteter Fläche lag bei 20,7 ha (im Vergleich 2012 bei 19,8 ha).²⁵

Am 1. Mai 2014 liefen die strengen Vorschriften für den Kauf von Land aus, die für 10 Jahre (seit dem Beitritt zur EU) galten. Momentan können daher Staatsbürger anderer Länder der Europäischen Union landwirtschaftliche Fläche für die Gründung eines Betriebes in Lettland erwerben. Es gibt jedoch einige Beschränkungen, um Spekulationsgeschäfte mit Flächen zu vermeiden. So müssen Käufer belegen können, dass sie ihr Einkommen der letzten 3 Jahre in der Landwirtschaft erzielt haben (dies gilt nicht für neue Landwirte und nur für natürliche Personen) und die Käufer sind außerdem verpflichtet, die erworbene Fläche in den folgenden 5 Jahren für landwirtschaftliche Zwecke zu verwenden. Weiterhin müssen Käufer Steuerzahler in Lettland sein und aus einem Land der Europäischen Union stammen. Juristische Personen müssen belegen, dass Mitarbeiter des Unternehmens oder der Mehrheitseigentümer eine abgeschlossene Ausbildung im Bereich Landwirtschaft besitzt. Letztendlich muss der Verkäufer die Kriterien der Betriebsprämienregelung erfüllen.

Produktion des landwirtschaftlichen Sektors – Lettland

Obwohl der Anteil der Beschäftigten in der Landwirtschaft ständig abnimmt, waren in 2007 noch 9,7 % der Beschäftigten in der Landwirtschaft und in 2014 noch 7,7 % tätig. Trotz dieses Rückgangs konnte die Produktion in dem gleichen Zeitraum vor allem im Bereich Getreide, gesteigert werden.

²⁵ Agriculture in Latvia, collection of Statistical data, 2014.

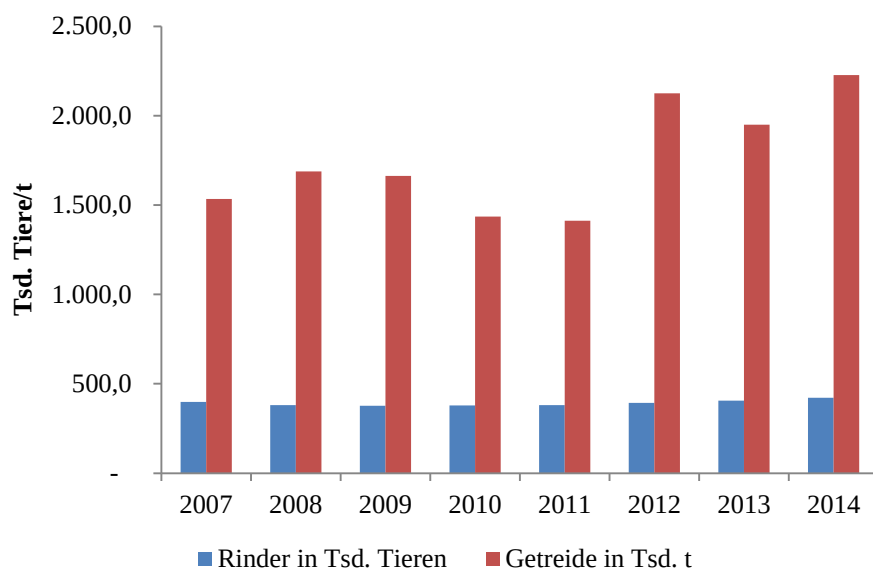


Abbildung 23: Rinder- und Getreideproduktion Lettlands.

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Lettland. www.csb.gov.lv. (19.12.2015).

In Jahr 2014 betrug die Getreideproduktion 2,2 Mio. t, dies waren 278,5 Tsd. t oder 14,3 % mehr als noch 2013. Dieser Ertrag stellte das höchste Ergebnis der Getreideproduktion in der Geschichte Lettlands dar, so dass sogar die Produktion aus dem Rekordjahr 2012 überboten wurde. Generell wuchs die Getreideproduktion um jährlich 5,5 % in der Periode 2007-2014.

Die Zahl der Rinder erreichte 422.000 Tiere im Jahr 2014 und damit ebenfalls einen Rekord für die betrachtete Periode. Im Jahr 2013 betrug der Milchkuhbestand 166.000 Tiere und hatte damit einen beträchtlichen Anteil am Gesamtbestand. Darüber hinaus bildet dieser Bestand die Grundlage für die lettische Milchproduktion.

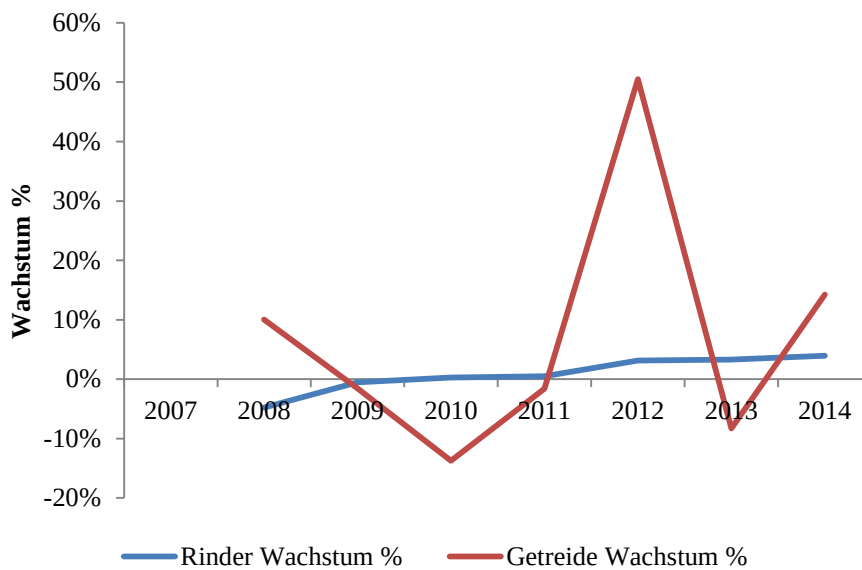


Abbildung 24: Wachstum Rinder- und Getreideproduktion Lettlands.

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Lettland. www.csb.gov.lv. (19.12.2015).

Fleisch, Eier und Fleischerzeugnisse wiesen ein stabiles Wachstum zwischen 2007 und 2014 auf, während allerdings Fleisch für sich genommen stagnierte. Die Fleischproduktion litt am stärksten unter den Folgen der Wirtschaftskrise von 2008/2009 bis 2013, die Lettland am stärksten unter den baltischen Ländern traf. Seit 2013 erholte sich die Fleischproduktion und stieg zuletzt um 2,2 %.

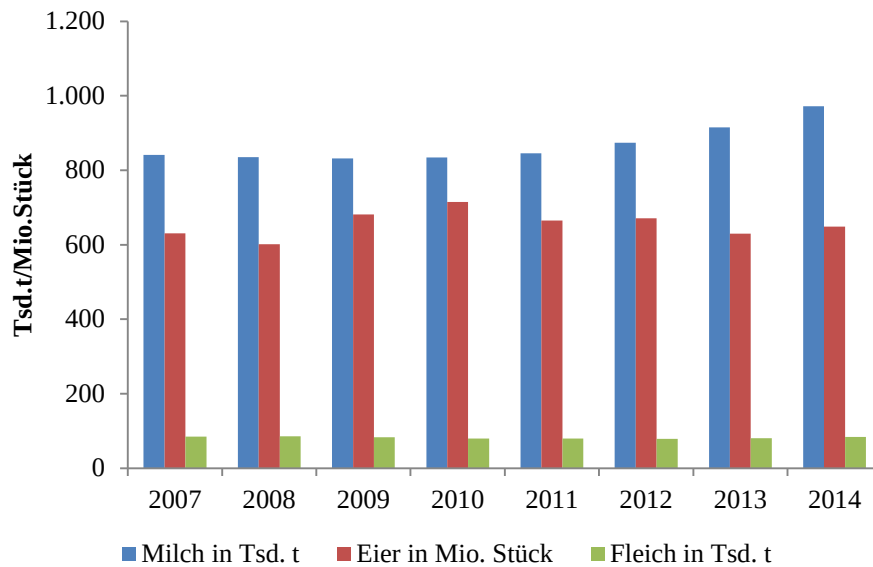


Abbildung 25: Milch-, Ei- und Fleischproduktion Lettlands

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Lettland.

Die Milchproduktion wies in dieser Zeit ein jährliches Wachstum von 2,1 % auf, allerdings mit einem Rückgang in 2009 aufgrund der Wirtschaftskrise und dem damit einhergehenden Nachfragerückgang nach Agrarprodukten, mit dem Ergebnis, dass die Milchproduktion ein Level von 971,8 Tsd. t in 2014 erreichte. Dies ist das zweithöchste Ergebnis der baltischen Länder nach Litauen.

Die Eierproduktion wuchs jährlich um 0,4 % an. Ein besseres Ergebnis wurde aufgrund der signifikanten Produktionsrückgänge in 2011 und 2013 erschwert.

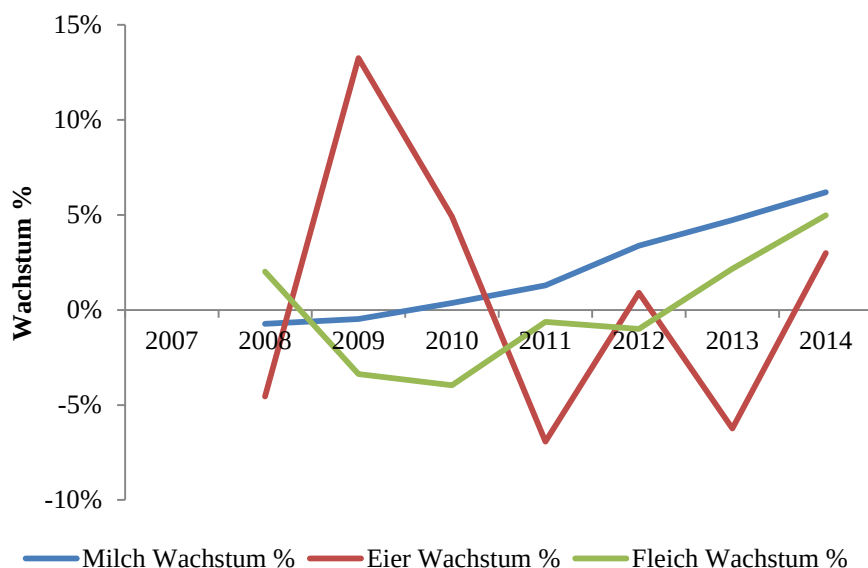


Abbildung 26: Wachstum Milch-, Ei- und Fleischproduktion Lettlands

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Lettland.

Momentaufnahme der Landwirtschaft – Litauen

Nach Angaben von Agricultural Information and Rural Business Centre (AIRBC) 2014 gab es Ende 2014 in Litauen 193.800 landwirtschaftliche Betriebe. Im Vergleich zu 2013 bedeutet dies einen Rückgang um 3,8 %. Dieser Rückgang beruht auf unterschiedlichen Faktoren. Einerseits werden die Betriebe aufgrund des Restrukturierungsprozesses größer und andererseits stellen ältere Landwirte die landwirtschaftliche Produktion ein. 44,5 % der Eigentümer von landwirtschaftlichen Betrieben waren 2014 über 60 Jahre alt. Außerdem verweigerten einige Landwirte die Angabe ihrer landwirtschaftlichen Flächen aus Angst vor neuen landwirtschaftlichen und umwelttechnischen Auflagen.²⁶

In 2014 bewirtschafteten zertifizierte Bioproduktionsbetriebe in Litauen 167,8 Tsd. ha. In der Periode 2010-2014 wuchs damit die Fläche der zertifizierten Bioproduktionsbetriebe um 12,5 %, während gleichzeitig die Anzahl der Betriebe um 7,9 % fiel. Die durchschnittliche Größe dieser Betriebe („utilised agricultural area/UAA“ genannt) betrug 19,9 ha. Obwohl die durchschnittliche Größe der Betriebe in den letzten Jahren wuchs, sind die litauischen Betriebe im Vergleich zu den anderen baltischen Ländern die kleinsten.

In 2014 gab es knapp 1.000 Unternehmen im Bereich Lebensmittel und Getränkeproduktion. Davon waren 18,6 % Personengesellschaften.²⁷

²⁶ Daten aus dem Landwirtschaftsregister der Republik Litauen <http://zum.lrv.lt> (20.12.2015) und dem Steuersystem.

²⁷ Statistisches Amt der Republik Litauen.

Wie in den meisten EEA Ländern gibt es auch in Litauen Beschränkungen für den Erwerb und Besitz von Land. Für landwirtschaftliche Flächen gibt es weitere Einschränkungen. So müssen Bürger aus Mitgliedsländern der Europäischen Union nachweisen, dass sie in den vergangenen drei Jahren in der Landwirtschaft tätig waren, bevor sie landwirtschaftliche Flächen erwerben dürfen. Für ausländische Investoren gibt es hierbei allerdings spezielle Herangehensweisen. So gibt es für ausländische juristische Organisationen bzw. ausländische Organisationen mit einer etablierten Vertretung oder Niederlassung das Recht, kleine Parzellen von landwirtschaftlichen Flächen zu erwerben. Größere landwirtschaftliche Flächen sind vor einer übermäßigen ausländischen Beteiligung geschützt. In Litauen gibt es zudem eine Begrenzung für die Gesamtfläche landwirtschaftlicher Parzellen, die eine Person besitzen darf. Diese Grenze gilt sowohl für Einwohner Litauens als auch für Personen mit anderen Staatsangehörigkeiten und beträgt 500 ha.

Produktion des landwirtschaftlichen Sektors – Litauen

Die Gesamtzahl der Beschäftigten, die in der Lebensmittel- und Getränkeproduktion tätig sind, ist zwar in 2014 im Vergleich zu 2013 um 3,5 % leicht gestiegen, trotzdem ist diese immer noch um 0,1 % geringer als in 2010.

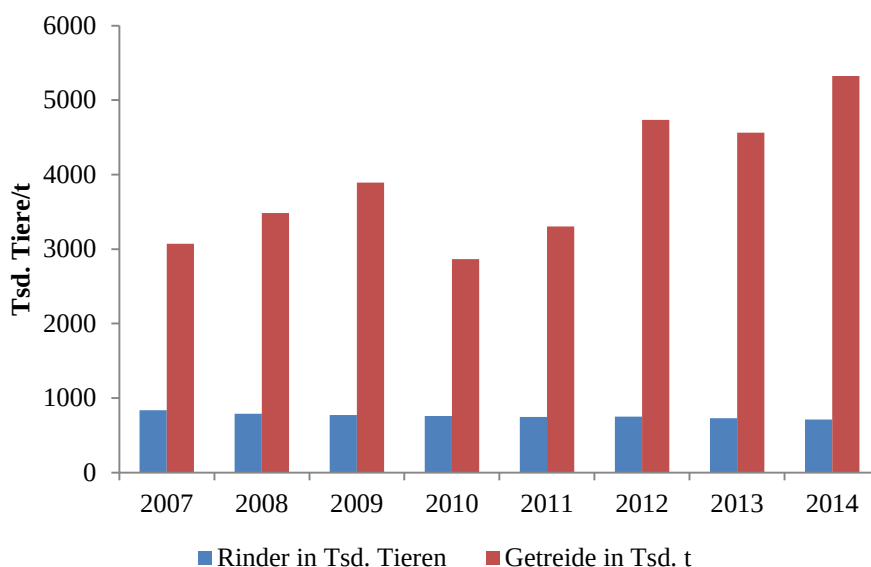


Abbildung 27: Rinder-und Getreideprodukten Litauens

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Litauen, www.stat.gov.lt. (19.12.2015).

In 2014 belief sich die Milchproduktion auf 1,79 Mio. t, wovon 80 % zu weiterverarbeitenden Betrieben gingen (siehe Tabelle). Im Vergleich zu 2013 ist die Milchproduktion in 2014 um 2,8 % gestiegen und zu 2010 um 3,0 %.

Über den Zeitraum 2010-2014 ist die Anzahl an Rindern, Milchkühen und Schweinen fortlaufend rückläufig. In 2014 betrug die Zahl an Rindern 736.700 Tiere. Nach AIRBC Angaben von Ende 2014 gab es 71.200 Betriebe, vor allem sehr kleine, die Rinder hielten. Diese Anzahl ist etwa ein Drittel weniger als noch vor fünf Jahren. Im Durchschnitt haben die litauischen Rinderbetriebe 10,3 Tiere, im Vergleich dazu lag der Durchschnitt in der Europäischen Union bei 34 Tieren.

In 2014 lag die litauische Schweineproduktion bei etwa 1,2 Mio. gemästeten Tieren, wovon 281.000 Tiere in den Export gingen und 1.035.000 Tiere direkt geschlachtet wurden. In dem Zeitraum 2010-2014 ist die Anzahl der gemästeten Schweine um ein Viertel zurückgegangen. Außerdem gab es Anfang 2014 einen Ausbruch der afrikanischen Schweinepest, die auf ihren Ursprung in Belarus zurückzuführen war. Zwei Drittel der Schweine wurden in kommerziell betriebenen Firmen gemästet. In der Zwischenzeit sank die Anzahl von gemästeten Schweinen bei Landwirten im Zeitraum 2006-2014 um die Hälfte. Drei Viertel der Betriebe besitzen Schweineställe mit mehr als 1.000 Mastplätzen. Allerdings ist die Anzahl der Schweine pro Landfläche im Vergleich zum Durchschnitt der Europäischen Union geringer.²⁸

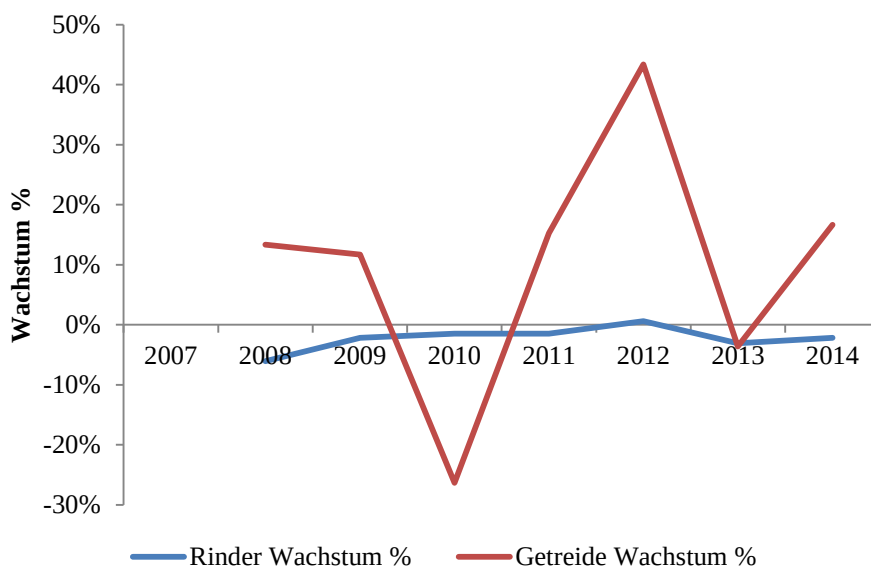


Abbildung 28: Wachstum Rinder-und Getreideproduktion Litauens

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Litauen, www.stat.gov.lt. (19.12.2015).

Der Bestand von Geflügel und Schafen wuchs zuletzt. So erreichte Geflügel 2014 einen Höchststand von 10,2 Mio. Tieren, die Anzahl an Schafen wuchs von 99.600 Tieren in 2013 auf 123.800 in 2014.

²⁸ Statistisches Amt der Republik Litauen, Litauisches Agrarinstitut 2014.

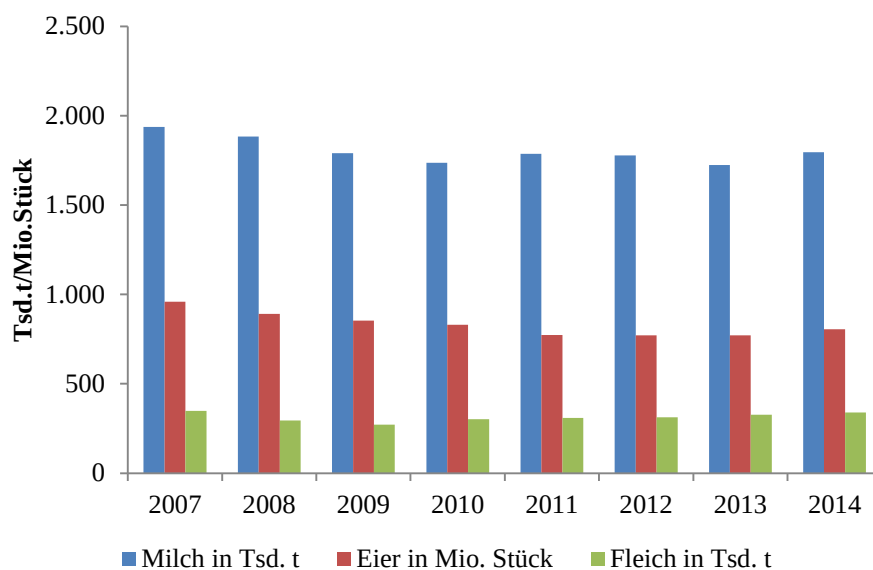


Abbildung 29: Milch-, Ei- und Fleischproduktion Litauens

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Litauen. www.stat.gov.lt. (19.12.2015).

Die Getreideproduktion wuchs um 16,7 % von 2013 auf 2014. Die bewirtschafteten Flächen wuchsen um 9,2 % und der Ertrag um 7,5 %, was zu einer Rekordernte im Jahr 2014 führte, die besonders Weizen, Gerste, Hafer, Buchweizen und Mais umfasste.

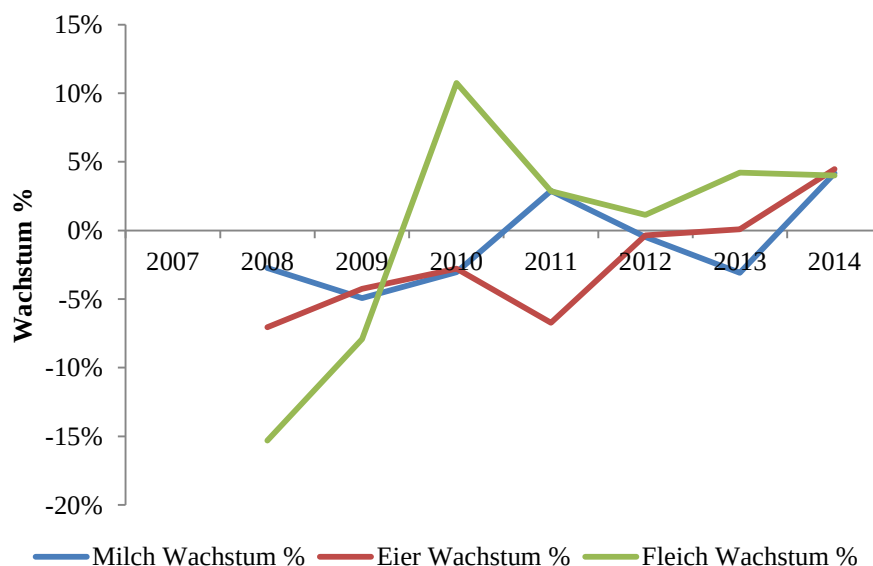


Abbildung 30: Wachstum Milch-, Ei- und Fleischproduktion Litauens

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistischen Amt der Republik Litauen. www.stat.gov.lt. (19.12.2015).

3.1 Investitionsklima

Allgemein betrachtet ist das Baltikum für ausländische Investoren attraktiv. Mit 7 Mio. Einwohnern ist das Baltikum kein großer Markt, aber der schnellst-wachsende in Europa mit steigenden Einkommen und geringen Steuern. Außerdem haben die baltischen Länder mitunter die niedrigsten Personalkosten und geringsten Steuerlasten in Europa.

Auch wenn die Wirtschaft ihre Wurzeln im Kommunismus der Sowjetzeit hat, gelten die drei Länder als zukunftsorientiert und verfügen über gut ausgebildete sowie ambitionierte Arbeitskräfte. Zusätzlich haben die drei Länder zurzeit die liberalsten Handels- und Investitionsbedingungen in Europa (siehe Tabelle).

Die baltischen Länder sind allesamt Hauptverkehrspunkte in der Region und profitieren von ihrer geographischen Lage zwischen Ost und West. Zudem nutzen sie ihre geographischen Vorteile für enge Wirtschaftsbeziehungen zu Skandinavien, Mittel- und Osteuropa sowie zu Russland.

	Estland	Lettland	Litauen	Deutschland
Index of Transaction Transparency	8,0	5,0	7,0	5,0
Index of Manager's Responsibility	3,0	4,0	4,0	5,0
Index of Investor Protection	5,7	5,7	5,7	5,0

Tabelle 3: Ländervergleich beim Investorenschutz

auf einer Skala von 0-10, wobei 10 das beste Ergebnis darstellt

Quelle: Weltbank: Doing business report. www.doingbusiness.org/reports. (19.12.2015)

Investitionsklima – Estland

Für ausländische Direktinvestitionen ist Estland unter den baltischen Ländern das Land, welches als am offensten gilt. Die Anziehung von ausländischen Investitionen wird zusätzlich durch eine sehr geschäftsfreundliche Gesetzgebung gefördert. Somit entsteht im Zusammenspiel eine Integration in den nordeuropäischen Produktionskreis, indem Estland häufig als Outsourcingstandort für skandinavische Mutterunternehmen dient.

Die Gesetzgebung Estlands gilt als liberal, gezielt sollen Investitionen und exportorientierte Unternehmen angesiedelt werden. Die Schaffung günstiger Bedingungen für ausländische Direktinvestitionen und die Offenheit gegenüber dem Außenhandel im Allgemeinen waren

schon nach Erlangung der Unabhängigkeit die Grundlage der estnischen Wirtschaftspolitik. Ziel der Gesetzgebung war nie, den Einfluss ausländischer Investoren zu begrenzen, sondern die Investitionen eher zu lenken und verantwortliche Eigentümerstrukturen zu etablieren.

Im Jahr 2013 betrug der Zufluss von ausländischen Direktinvestitionen 1,102 Mrd. Euro.²⁹ Im darauffolgenden Jahr wuchs dieser Wert um fast 80 %.³⁰ In Estland ist dieser Zufluss fast ausschließlich mit grenzüberschreitenden Übernahmen verbunden. Bei Investitionen im Bereich Landwirtschaft sind diese jedoch eher selten.

Aufgrund der Offenheit der Wirtschaftspolitik mit einem hohem Anteil von Im- und Export, welche ca. 90 % des BIPs repräsentieren, könnte Estland das Produktivitätswachstum weiter erhöhen. Der Wissenstransfer, welcher mit den ausländischen Direktinvestitionen verbunden stattfindet, konnte noch nicht vollständig ausgeschöpft werden. So existiert immer noch eine Produktivitätslücke zu den benachbarten skandinavischen oder sonstigen westeuropäischen Ländern.

Im verarbeitenden Gewerbe waren ausländische Direktinvestitionen in den vergangenen 10 Jahren eher seltener. Diese geringen Investitionen waren zusätzlich auch eher im Bereich der geringen Wertschöpfung angesiedelt.³¹

29 The Federation of International Trade Associations: Estonia: Investing. http://fita.org/countries/estonia.html?ma_rubrique=investing. (19.12.2015).

30 Estonia.eu: Economy in Numbers.

31 OECD: Economic Surveys Estonia 2015. <http://www.oecd.org/eco/surveys/economic-survey-estonia.htm> (19.12.2015)

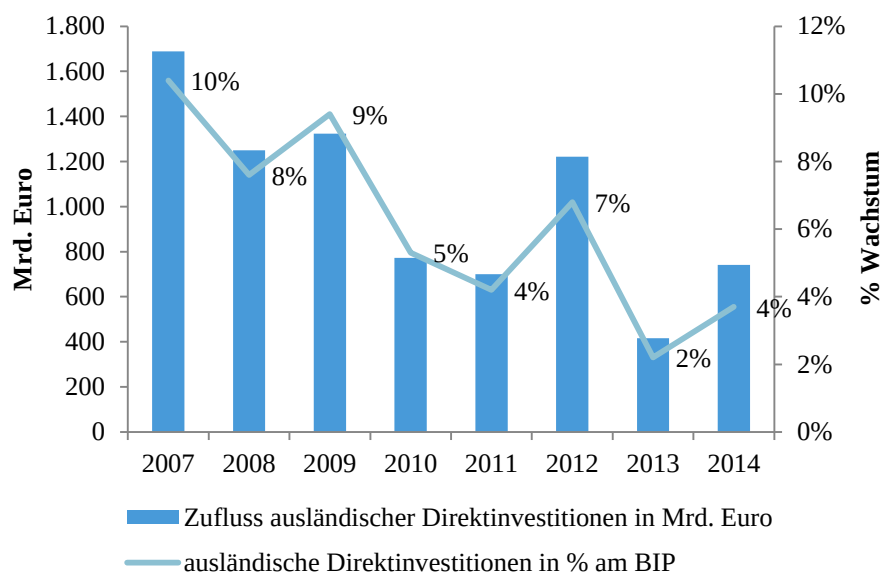


Abbildung 31: Zufluss von ausländischen Direktinvestitionen nach Estland

Quelle: UNCTAD.

Ausländische Investoren sind, abgesehen vom verarbeitenden Gewerbe, besonders häufig in den Bereichen IT und Telekommunikation tätig. Eine bemerkenswerte Erfolgsgeschichte im Bereich Lebensmittel- und Getränkeindustrie ist die Geschichte von A. Le Coq Bier des finnischen Unternehmens Olvi Oyj.³² Nach einer Gesamtinvestition von 40 Mio. Euro in 1998 erreichte die Marke im Bereich Bier und Cidre in Estland einen beachtlichen Marktanteil von 40 % in 2014. Obwohl die Investitionen, aufgrund der geringen Größe des Marktes, risikobehaftet waren, konnte das Unternehmen sich zum Marktführer entwickeln und begann zusätzlich mit dem Export seiner Produkte. Neben Bier und Cidre ist Olvi Oyj auch Marktführer im Bereich alkoholfreier Getränke und konnte sich im Wettbewerb gegen das internationale Unternehmen (The Coca-Cola Company) behaupten. Olvi Oyj erweitert aktuell seine Produktpalette mit Produkten wie z. B. Mineralwasser, Energie Drinks, Säften, Long Drinks und Kwass (ein traditionelles, fermentiertes alkoholfreies Getränk).

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Hauptgründe, welche für eine Investition in Estland sprechen, die liberale Wirtschaftspolitik, die qualifizierten und flexiblen Arbeitskräfte sowie die gute geographische Lage sind. Allerdings gibt es die Schwachpunkte eines sehr kleinen inländischen Marktes, eine starke Dominanz finnischer und schwedischer Produkte wie auch eine relativ geringe inländische Kaufkraft.

³² Enterprise Estonia: Foreign Investors in Estonia – 15 case studies. http://issuu.com/eas-estonia/docs/foreign_investors_in_estonia?e=1268773/5135436. (19.12.2015).

Investitionsklima – Lettland

Der Zufluss von ausländischen Direktinvestitionen erreichte am Ende des 2. Quartals 2014 mit einer Investitionshöhe von 11,7 Mrd. Euro seinen Höhepunkt.³³ Die wichtigsten Faktoren hierfür waren die guten Marktchancen für ausländische Investoren, eine stabile Geldpolitik, die vorteilhafte geographische Lage wie auch die gut entwickelte Verkehrsinfrastruktur. Schweden, die Niederlande und Zypern sind die Top 3 der Investoren mit einem Anteil von zusammen 37 % an den gesamten ausländischen Direktinvestitionen.

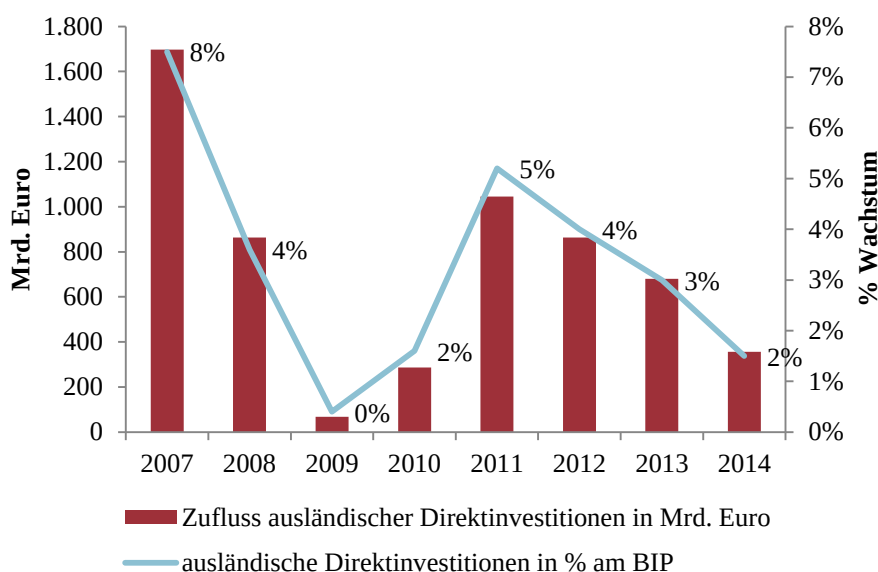


Abbildung 32: Zufluss von ausländischen Direktinvestitionen nach Lettland

Quelle: UNCTAD.

Auf den Bereich der Landwirtschaft entfallen lediglich 3 % der gesamten ausländischen Direktinvestitionen. Die höchsten ausländischen Direktinvestitionen flossen mit einem Anteil von 25 % in den Finanz-, Versicherungs- und Dienstleistungssektor, mit 13 % in die Immobilienbranche und mit 12 % in das verarbeitende Gewerbe. Außerdem haben zwischenzeitlich viele internationale Unternehmen eine Niederlassung in Lettland gegründet, u. a. „Global Players“ wie The Coca-Cola Company, Bucher, Schneider Electric, Tieto, Cytec, Jeld-Wen, Statoil Fuel & Retail, Genex Biotechnology, Cemex und Brabantia.

Mit dem Ziel des Wirtschaftswachstums wirbt die lettische Regierung aktiv für ausländische Direktinvestitionen. Zusätzlich sollen durch eine liberale Wirtschaftspolitik die Strukturen weiterentwickelt und das Land als Verkehrsknotenpunkt etabliert werden.

³³ Invest and Development Agency of Latvia: Foreign Direct Investment. <http://www.liaa.gov.lv/invest-latvia/investor-business-guide/foreign-direct-investment>. (19.12.2015).

Obwohl die meisten ausländischen Investitionen hauptsächlich im Bereich der technischen Fertigung, des Baugewerbes und der Finanzdienstleistung angesiedelt sind, können auch Erfolgsgeschichten im Bereich der Landwirtschaft und Lebensmittelindustrie gefunden werden. So wäre z. B. die Gründung und Etablierung der Molkerei Food Union zu nennen. Nachdem der russische Lebensmittelkonzern Unimilk von Danone übernommen worden ist, gründete einer der ehemaligen Topmanager von Unimilk ein eigenständiges Molkereiunternehmen. Der gut entwickelte Molkereisektor, wie auch das ökologische Umfeld waren gute Gründe für diese Entscheidung. Die Geschäftstätigkeit von Food Union begann zunächst mit der Übernahme der Molkerei Rīgas piena in 2011. Später wurde ebenfalls die Molkerei Valmieras piens übernommen. Hieraus entstand das neue Unternehmen Food Union, welches bis zu Beginn der russischen Sanktionen in 2014 einen Großteil seiner Produktion nach Russland exportierte. Ebenfalls deckt dieses Unternehmen einen Hauptteil der Nachfrage nach Molkereiprodukten in Lettland und Estland ab. Als Reaktion auf die russischen Sanktionen wurden zuletzt neue Absatzkanäle gesucht. Daher wurde der älteste dänische Speiseeisproduzent Premier Is aufgekauft sowie ein Export nach China etabliert.³⁴

Investitionsklima – Litauen

In Litauen werden zahlreiche Anreize für ausländische Investoren, die sich in Litauen etablieren möchten, geboten. Hierzu gehören vor allem Steuervergünstigungen, Investitionsgarantien, Kreditunterstützungen, die Unterstützung im Bereich Forschung und Entwicklung sowie Strukturprämien.³⁵ Für Produktionen mit hoher Wertschöpfung und High-Technologie werden zusätzliche Anreize angeboten. Die litauische Regierung hat folgende strategische Ziele für die Wirtschaft festgelegt: Drehscheibe des Dienstleistungsgewerbes in Nordeuropa bis 2015 und Zentrum für Innovationen in Nordeuropa bis 2020.

Die wichtigsten Sektoren für ausländische Investitionen in Litauen sind: Informations- und Kommunikationstechnologie, Biotechnologie, Metallverarbeitung, Maschinen- und Elektroausrüstung, Möbelindustrie, Holzverarbeitung und Papierindustrie sowie der Bereich Textil- und Kleidungindustrie. Außerdem gibt es in Litauen gute Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich von Immobilien, Bauwesen und Business Process Outsourcing (BPO) wie auch in Shared Services.³⁶

Trotz eines stagnierenden globalen Trends wuchsen die ausländischen Investitionen in 2012 nach Angabe von fDi Markets insgesamt um 21 %, während allerdings die Investitionen im Bereich Landwirtschaft um etwa 20 % zurückgingen.³⁷ Litauen befand sich somit in 2012 im

34 Коммерсант.ру: Detail. <http://kommersant.ru/doc/2836277> (19.12.2015).

35 Invest Lithuania. <http://www.investlithuania.com> (19.12.2015).

36 Invest Lithuania.

37 Financial Times Ltd. www.Fdimarkets.com (19.12.2015).

Bereich Wachstum von ausländischen Direktinvestitionen auf Platz 5 weltweit, auf Platz 3 in Europa und auf Platz 1 unter den baltischen Ländern.³⁸

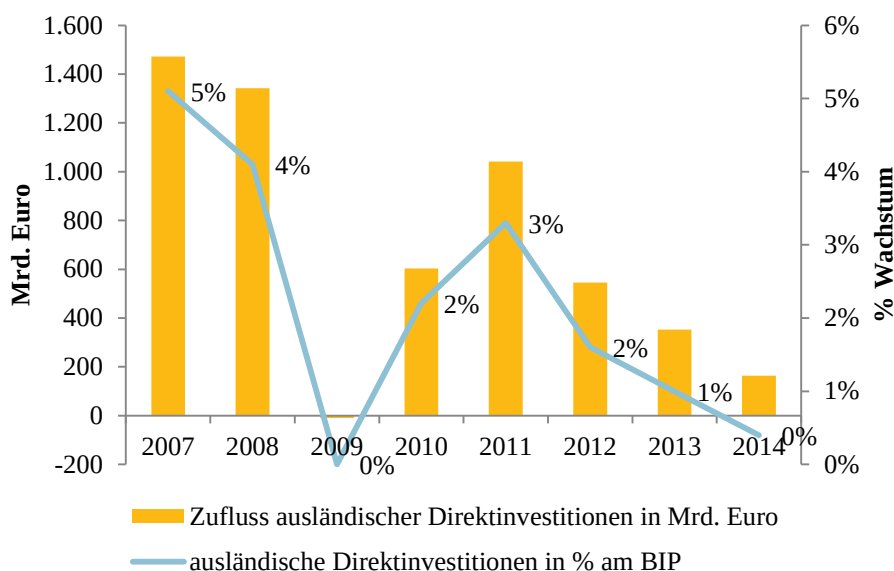


Abbildung 33: Zufuss von ausländischen Direktinvestitionen nach Litauen

Quelle: UNCTAD.

In 2009 eröffnete das britische Finanzunternehmen Barclays ein technisches Supportzentrum in Vilnius, danach folgten skandinavische Finanzunternehmen sowie weitere Anbieter für den internationalen Zahlungsverkehr wie z. B. Western Union mit seinen European Regional Operations Centrum. Das Finanzhaus Barclays hatte zunächst den Plan, für den technischen Support in den 3 Jahren 250 Spezialisten einzustellen. Während dieser Zeit hat man allerdings mehr als 1.100 Personen eingestellt, welche den Privatkundenbereich weltweit unterstützen. Als Hauptgründe für diese Standortwahl wurden die gut ausgebildeten, mehrsprachigen Fachkräfte, ein stabiles politisches Umfeld, eine gute Wirtschaftsförderung sowie eine gut ausgebaute Infrastruktur angegeben. Durch die Eröffnung dieser Supportzentren hat sich Litauen inzwischen zum erstklassigen Standort mit mehr als 7.000 Beschäftigten im Bereich Shared Services etabliert. Ein weiterer Vorteil für ausländische Unternehmen ist, dass litauische Arbeitnehmer bevorzugt für ausländische Arbeitgeber tätig sind. In 2012 waren unter den Top-20 der beliebtesten Arbeitgeber 19 Firmen mit ausländischer Beteiligung.³⁹

³⁸ KPMG, 2014-July. www.kpmg.com. (19.12.2015).

³⁹ KPMG.

3.2 Konsum

Für Lebensmittel, Wohnen und Verkehr geben die baltischen Haushalte einen Großteil ihres Konsumbudgets aus.⁴⁰ Familienhaushalte haben dabei die höchsten Ausgaben im Bereich Lebensmittel.

Die Ausgaben für den Warenkorb eines Vier-Personen-Haushaltes betragen in Estland 318 Euro, in Lettland 332 Euro und in Litauen 289 Euro im Monat. Im Vergleich zum Vorjahr 2013 stiegen somit die Ausgaben vor allem in Estland um 4,3 %. Litauen hingegen hatte mit 3,2 % die geringste Ausgabensteigerung. Der Warenkorb in Lettland stieg um 4,1 %.

Ein Vergleich zwischen dem EU-27 Durchschnitt und den drei baltischen Ländern in Bezug auf die Ausgaben für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke sowie alkoholische Getränke und Tabak findet sich in der nachfolgenden Tabelle.

	EU-27	Estland	Lettland	Litauen
Lebensmittel und alkoholfreie Getränke	15,8	21,0	23,3	23,7
Alkoholische Getränke und Tabakwaren	4,5	9,2	7,5	8,6

Tabelle 4: Anteil der Ausgaben am Konsumbudget, baltische Länder 2014 (in%)

Quelle: Eurostat: Harmonised consumer price index. ec.europa.eu/eurostat. (19.12.2015).

Laut Nielsen-Daten⁴¹ sind die Letten unter den drei Nationalitäten diejenigen, die die meisten Werbeaktionen und -angebote annehmen. Der Anteil an Personen, die auf Grundlage von Werbeaktionen und -angeboten kaufen, liegt bei 41 % in Lettland, 38 % in Litauen und 33 % in Estland.⁴² Die Verbraucher in den baltischen Ländern haben generell eine hohe Sensitivität gegenüber Angeboten. 16 % der estnischen Verbraucher bzw. 16 % der litauischen und 12 % der lettischen kaufen ausschließlich wegen Werbeaktionen und -angeboten ein. Umgekehrt geben 27 %, 28 % und 39 % der befragten Personen an, dass sie aufgrund von Werbung den Lebensmittelmarkt zwar nicht wechseln, aber vor Ort auf Aktionen achten. Darüber hinaus geben 12 %, 14 % und 16 % von den Einkaufsverantwortlichen an, dass sie die Marken wegen Werbeaktionen auswählen.

40 Baltic Institutes for Private Finances, Swedbank: Household Main Expenses Study 2014. www.manasfinanses.lv/wp-content/uploads/2014/04/Report_Household-main-expenses-Study-2014.pdf. (19.12.2015).

41 Nielsen Retail Measurement service: ScanTrack with causals 2012. www.nielsen.com. (19.12.2015).

42 Nielsen: Estonia Shopper Trends 2013.

Konsum – Estland

Fast 90 % der estnischen Konsumenten bevorzugen laut einer Umfrage von TNS Emor aus dem Jahr 2014 lokal produzierte Lebensmittel.⁴³ Lokale Lebensmittel werden u. a. als besonders frisch und auf den regionalen Geschmack abgestimmt betrachtet. Daher hat die inländische Lebensmittelbranche einen großen Anteil am Gesamtkonsum. Die estnischen Verbraucher gelten eher als preissensibel. Die wirtschaftliche Rezession begleitet von einer hohen Arbeitslosigkeit und sinkenden Einkommen führte zuletzt dazu, dass das Konsumverhalten sich eher konservativ entwickelte: Der Konsum ging zurück und das Einkaufsmuster veränderte sich.

Auf Grundlage des steigenden Verkaufs von Getränken estnischer Marken sowohl auf dem heimischen Markt als auch auf den ausländischen Märkten betrug im Jahr 2013 das Produktionsvolumen 194 Mio. Euro⁴⁴ und damit 12 Mio. Euro mehr als noch in 2012. Mit 23 % wurde ein großer Teil dieses Volumens nach Finnland exportiert. Ein großer Rückgang konnte allerdings bei Wodka mit einem Alkoholgehalt von unter 45,5 % identifiziert werden. In 2013 betrug die Produktion 10,5 Mio. l und damit 2,8 Mio. l weniger als noch im Jahr zuvor.

Die Produktion von alkoholfreien Getränken, die im Vorjahr (2012) ein Wachstum verzeichnete, fiel im Jahr 2013 wieder ab und erreichte eine Menge von 43 Mio. l. Dies ist dreimal weniger als im Jahr 2006, welches als das Top-Jahr für die Produktion von alkoholfreien Getränken gilt. Ein signifikantes Wachstum konnten 2013 allerdings leicht-alkoholische Getränke erzielen (28 Mio. l). Die Produktion von Mineralwasser (mit/ohne Kohlensäure) sowie Bier erzielte ein Allzeithoch von 39,6 Mio. l bzw. 147,3 Mio. l.

43 TNS Emor: Eesti elanike toidukaupade ostueelistused ja hoiakud 2014. <http://www.agri.ee/sites/default/files/content/uuringud/2015/uuring-2015-ostueelistused-2014.pdf>. (20.12.2015).

44 Auf Basis der aktuellen Preise

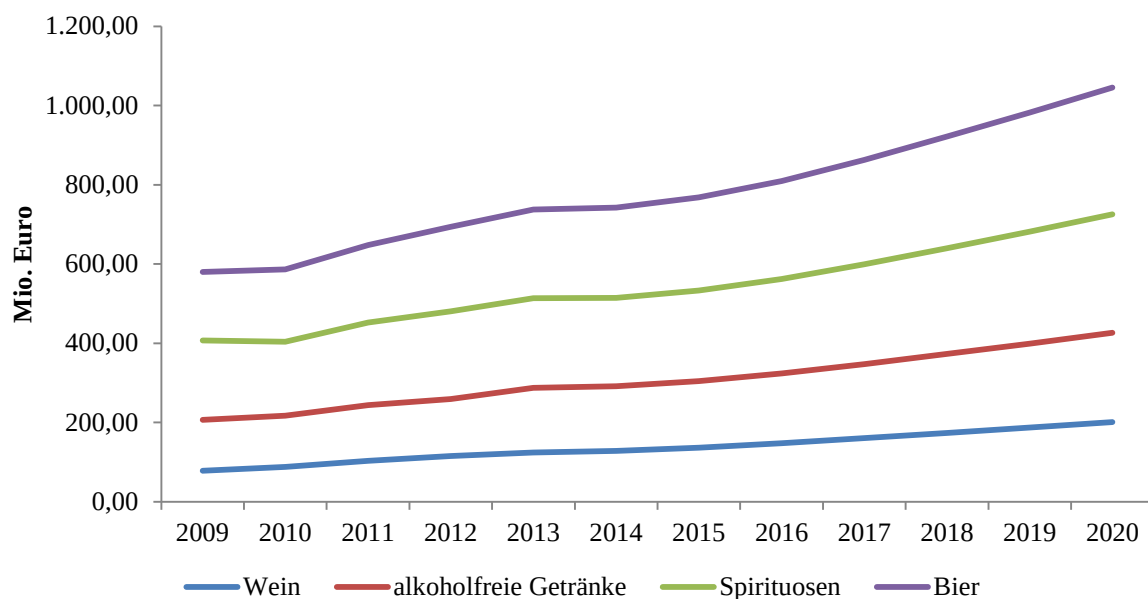


Abbildung 34: Konsum Estland in Euro 2009-2020, Prognose

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt der Republik Estland, Eurostat, Comtrade und OECD.

Die Ausgaben im Bereich Lebensmittel und Getränke liegen in Estland seit 2008 stabil bei einem Anteil um 20 %. Ferner wird nicht erwartet, dass sich dieser Anteil in den nächsten Jahren wesentlich ändert.

Auf Fleisch und Fleischprodukte entfällt der größte Anteil der Verbraucherausgaben für Lebensmittel in Estland. Der Anteil dieser Kategorie beträgt 26 %. Auch für diesen Wert wird bis 2020 keine Veränderung erwartet. Auf Milch und Milchprodukte entfallen etwa 20 % der Verbraucherausgaben. Allerdings wird erwartet, dass dieser Anteil zunimmt und sich zu einem der schnellwachsenden Sektoren der Zukunft entwickelt. Brot und Getreideprodukte sind zusätzliche Kernprodukte mit einem aktuellen Anteil von 16 %, wobei erwartet wird, dass sich dieser Anteil negativ entwickeln wird.

Ein Anteil von jeweils etwa 30 % der Ausgaben für Getränke entfallen auf die Kategorien Bier und Spirituosen. Bis 2020 wird erwartet, dass sich dieses Verhältnis zugunsten von Bier verändert. Der Zuwachs in der Kategorie Bier wird auf 20 Mio. Euro geschätzt. Hintergrund dieser Entwicklung ist die zunehmende Regulierung des Spirituosenmarktes und der immer stärker werdende Fokus auf eine gesunde Lebensweise.

Alkoholfreie Getränke besitzen momentan einen Anteil von 22 % an den Getränkeausgaben, wobei dieser in den kommenden Jahren relativ konstant bleiben soll. Der Anteil von Wein soll von 18 % in 2015 leicht auf 19 % in 2020 wachsen.

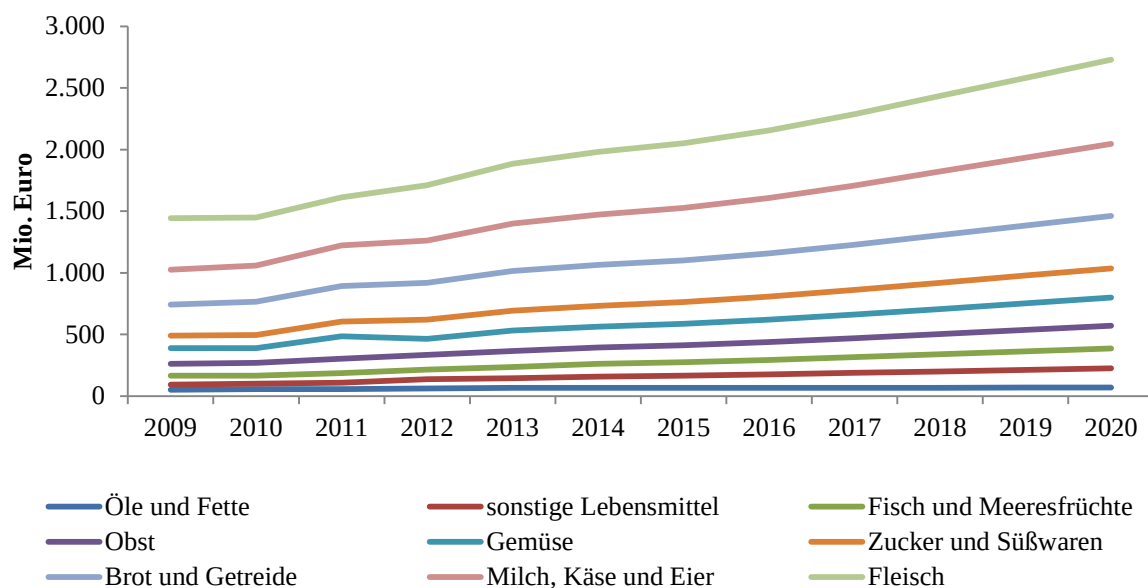


Abbildung 35: Konsum Estland in Euro 2009-2020, Prognose

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt der Republik Estland, Eurostat, Comtrade und OECD.

Konsum – Lettland

Die Verbraucherausgaben pro Kopf in Lettland betrugen in 2014 ca. 7.118,50 Euro. Hierbei besaßen die Ausgaben für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke seit 2008 einen stabilen Anteil von knapp unter 20 %. Wertemäßig betrugen die Ausgaben für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke somit 1.353,20 Euro. In den kommenden Jahren wird für diesen Anteil keine signifikante Veränderung erwartet.

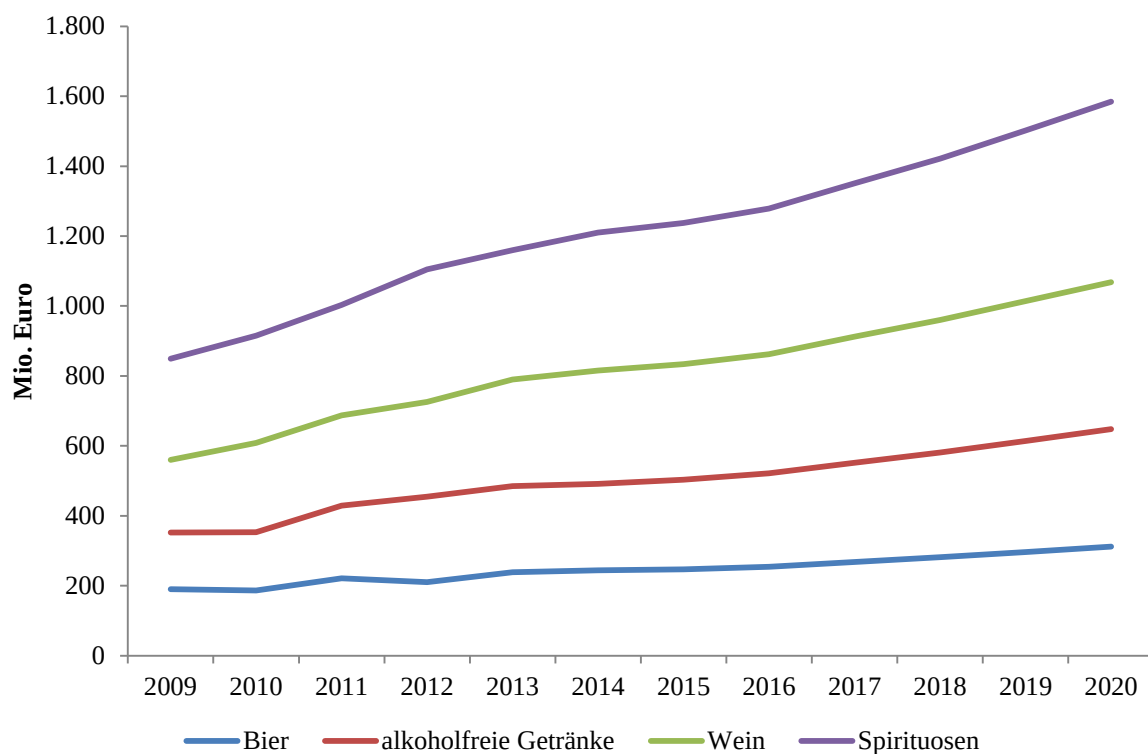


Abbildung 36: Konsum Lettland in Euro 2009-2020, Prognose

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt der Republik Lettland, Eurostat, Comtrade und OECD.

Der größte Teil an den Verbraucherausgaben entfiel auf Fleisch und Fleischprodukte. Der Anteil in dieser Kategorie an den Gesamtausgaben beträgt 25 %. Nach Schätzung repräsentiert dies einen Pro-Kopf-Verbrauch von 11 kg und damit den niedrigsten Wert in allen baltischen Ländern.

Molkereiprodukte repräsentieren seit Jahren einen festen Anteil von rund 18 %. Pro Jahr entspricht dies in etwa einem Pro-Kopf-Konsum von 37 l Milch jährlich. Eine Änderung in der Zukunft ist in dieser Kategorie nicht zu erwarten. Brot und Getreideerzeugnisse bleiben auch in Lettland Kernprodukte mit einem Anteil pro Kopf von 13 bzw. 41 kg, wobei diese Werte rückläufig sind.

Bei Getränken besitzen Spirituosen einen höheren Anteil an den Gesamtausgaben als Bier. Während in Estland etwa der gleiche Anteil auf diese beiden Produkte entfällt, liegt dieser in Lettland bei 41 % für Spirituosen und bei 25 % für Bier. Es wird erwartet, dass dieser Anteil sich voraussichtlich bis 2020 nicht ändern wird. Alkoholfreie Getränke stellen einen stabilen Anteil an den Ausgaben von zuletzt 9 % in 2014 dar.

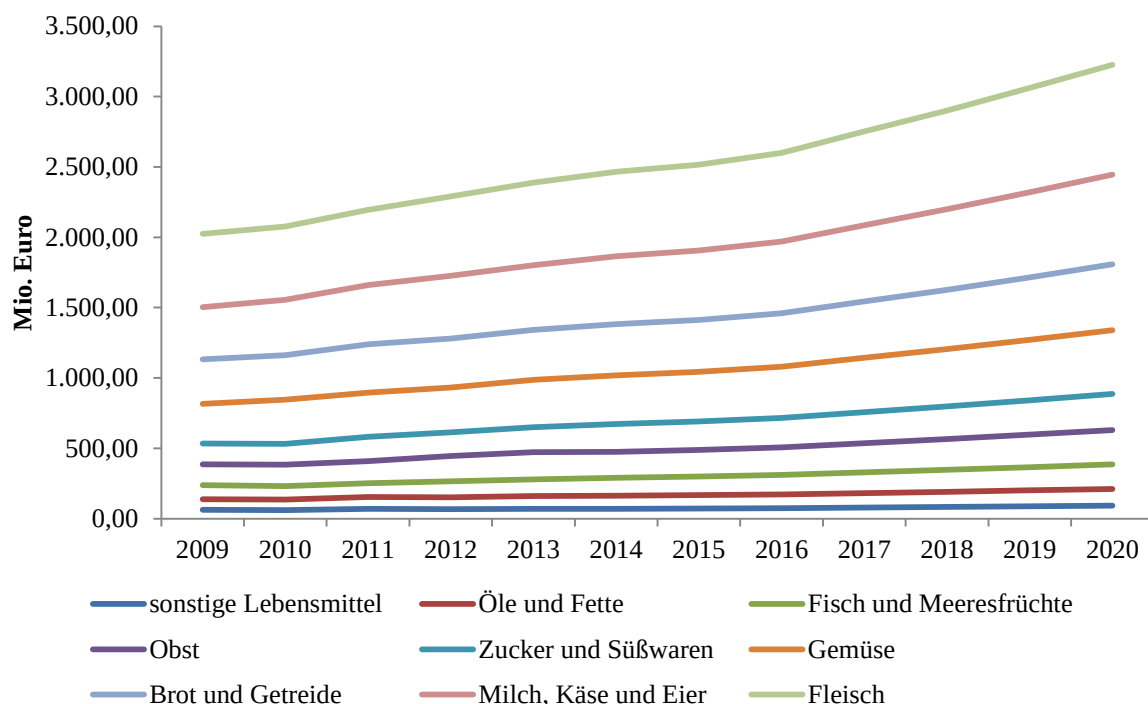


Abbildung 37: Konsum Lettland in Euro 2009-2020, Prognose

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt der Republik Lettland, Eurostat, Comtrade und OECD.

Konsum – Litauen

Der litauische Markt wird besonders von lokal produzierten Erzeugnissen dominiert. Der Konsum dieser lokalen Produkte beträgt bei Fleisch z. B. 93 %, bei Brot und Feinbackwaren 90 % und bei Milchprodukten 79 %.⁴⁵

Der tägliche Verzehr von Lebensmitteln in Litauen beträgt mehr als 2 kg. Da der Lebensstandard allerdings eher niedrig ist, werden besonders häufig billige Lebensmittel wie Kartoffeln, Brot, Mehl, Grützen und sonstige Getreideprodukte verzehrt. Der Anteil von Produkten wie Fleisch, Milch und weiteren Molkereiprodukten sowie Fisch, Gemüse und Früchten am Verzehr hingegen fällt gering aus. Der Umsatz des Lebensmitteleinzelhandels (Lebensmittel, Getränke und Tabakprodukte) überstieg 2014 den Vorkrisenwert von 2008 um 0,3 %. Von 2010 bis 2014 erholte sich dieser daher und stieg um 23,5 % in diesem Zeitraum.⁴⁶

⁴⁵ Landwirtschaftsministerium der Republik Litauen. <http://zum.lrv.lt>. (5.1.2016)

⁴⁶ Statistisches Amt der Republik Litauen.

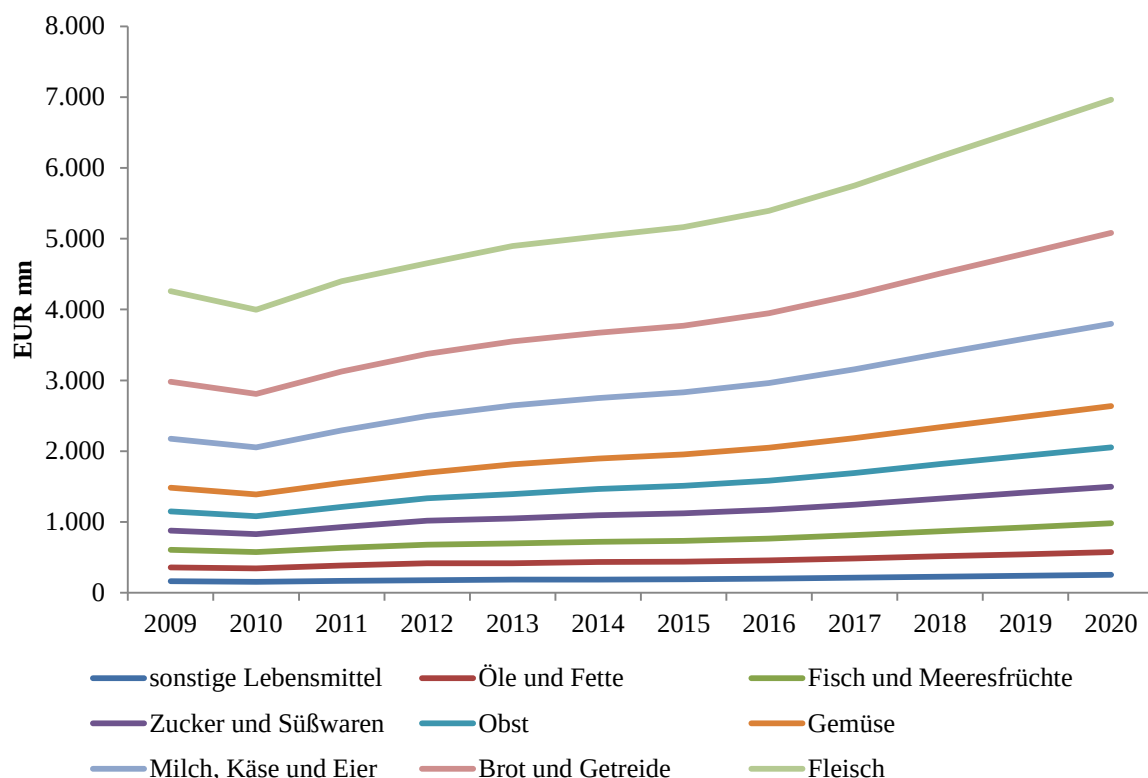


Abbildung 38: Konsum Litauen in Euro 2009-2020, Prognose

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt der Republik Litauen, Eurostat, Comtrade und OECD.

3.3 Import und Export von Getränken

Sowohl der Import als auch der Export ist für den Getränkemarkt in den drei Ländern von Bedeutung. Vor allem in den letzten Jahren stieg in fast jeder Kategorie (Bier, Wein, Spirituosen, alkoholfreie Getränke und sonstige alkoholische Getränke) der Wert. Wertverdoppelungen sowie noch größere Steigerungen waren über die letzten sieben Jahren nicht selten.

Import und Export von Getränken – Estland

Die Einfuhr von Getränken wuchs in den Jahren 2007-2014 schnell an und erreichte zuletzt einen Wert von 336 Mio. Euro. Der Anteil von Spirituosen am Wert des Gesamtgetränkimports betrug 55 %. In 2007 betrug der Anteil der Spirituosen hingegen nur 37 %. Auf Wein entfielen 20 % des Getränkeimportwertes und 8 % auf Bier.

Der Einfuhrwert stieg in dem oben genannten Zeitraum um 16 % jährlich. Die wertmäßig am schnellsten wachsenden Kategorien waren Spirituosen mit einem Anteil von 22 % und Bier mit 20 %. Der Import von nichtalkoholischen Getränken verzeichnete den geringsten Anstieg mit lediglich 6 %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bier	6,9	9,3	11,5	13,3	17,0	24,0	25,7	25,1
Wein	31,1	43,2	55,6	45,4	48,0	61,7	59,1	65,7
Spirituosen	45,2	155,9	170,3	88,0	106,9	167,6	179,1	184,8
Alkoholfreie Getränke	30,0	36,1	43,2	35,1	36,1	45,2	40,3	43,7
Andere alkoholische Getränke	7,4	6,3	8,1	8,4	9,7	15,9	15,3	17,0
Gesamt	120,6	250,7	288,7	190,2	217,7	314,5	319,5	336,4

Tabelle 5: Wert des Getränkeimports in Mio. Euro in Estland

Quelle: Comtrade.

Der Wert der Gesamtexporte der Getränke aus Estland belief sich 2014 auf 220 Mio. Euro. Dies sind 116 Mio. Euro weniger als der Gesamtimportwert. Spirituosen dominieren den estnischen Getränkeexport und besitzen einen Anteil von mehr als 70 % des Gesamtwertes.

Der Getränkeexport ist in den Jahren 2007-2014 sehr schnell gewachsen. Die jährliche Wachstumsrate betrug ca. 11 %. Die am schnellsten wachsenden Kategorien waren Spirituosen mit einem jährlichen Wachstum von 14 %, Bier mit 22 % und andere alkoholische Getränke mit 11 %. Auf der anderen Seite ging der Export von alkoholfreien Getränken jährlich um 13 % zurück.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bier	7,2	9,0	10,6	14,1	19,7	25,9	30,8	29,7
Wein	11,4	26,1	22,8	15,7	16,2	17,9	14,1	13,9
Spirituosen	63,3	128,5	129,7	69,4	81,7	128,0	144,0	157,2
Alkoholfreie Getränke	20,3	24,3	27,1	13,7	9,5	8,2	7,8	7,8
Andere alkoholische Getränke	5,6	4,7	4,7	3,7	4,7	6,6	9,6	11,7
Gesamt	107,8	192,5	194,9	116,6	131,7	186,7	206,3	220,2

Tabelle 6: Wert des Getränkeexports in Mio. Euro in Estland

Quelle: Comtrade.

Import und Export von Getränken – Lettland

Lettland ist das einzige Land im Baltikum, in dem der Getränkeexport den Import übersteigt. Der Hintergrund hierfür ist, dass große Teile des Imports zusätzlich zu den lokal produzierten Getränken nach Russland weiter exportiert werden. Außerdem gab es in der Periode 2010-2012 eine Förderung der lettischen Regierung für den Lebensmittelexport. Als Konsequenz daraus hat bspw. die lettische Firma Cido, der größte lokale Produzent für alkoholfreie Getränke, ihre Exportbemühungen signifikant intensiviert. Allerdings werden die wirtschaftliche Rezession in Russland und die Sanktionen für den Import von Lebensmitteln aus der Europäischen Union nach Russland dafür sorgen, dass die lettischen Exporte in 2015 höchstwahrscheinlich deutlich zurückgehen.

Die Einfuhr von Getränken nach Lettland wuchs in den Jahren 2007-2014 sehr schnell an und erreichte einen Wert von 320 Mio. Euro. Auf Spirituosen entfällt hierbei ein Anteil von 42 % des Importwertes, deren Anteil in 2007 noch bei 34 % lag. Auf Wein entfallen 22 % und Bier 10 % des Gesamteinfuhrwertes.

Der Gesamteinfuhrwert stieg mit 17 % jährlich in dieser Zeit. Der Großteil des Zuwachses ist auf die gute Entwicklung im Bereich Bier und anderer alkoholische Getränke wie Cidre zurückzuführen (17 %). Wein hingegen hatte eine negative Wachstumsrate von 3 %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bier	7,8	11,9	14,8	14,2	15,4	20,0	19,7	22,8
Wein	61,7	68,8	48,9	30,5	31,8	44,0	45,2	50,5
Spirituosen	57,9	79,0	83,4	48,9	48,5	65,1	84,5	95,9
Alkoholfreie Getränke	38,6	52,8	58,7	39,9	40,2	50,5	45,9	54,1
Andere alkoholische Getränke	2,4	3,4	4,9	4,6	5,1	7,5	7,8	7,1
Gesamt	168,4	215,8	210,7	138,1	141,0	187,1	203,0	230,4

Tabelle 7: Wert des Getränkeimports in Mio. Euro in Lettland

Quelle: Comtrade.

Der Gesamtexport von Getränken aus Lettland belief sich 2014 auf 439 Mio. Euro, was 263 Mio. Euro mehr war als der Import. Vor allem Spirituosen dominieren den Getränkeexport und machen 78 % des Gesamtwertes aus.

Der Getränkeexport ist über die Jahre 2007-2014, mit einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 25 %, sehr schnell gewachsen. Die am schnellsten wachsenden Kategorien waren Spirituosen (jährliches Wachstum 32 %), Bier (22 %) und Wein (16 %). Der Export von alkoholfreien Getränken verzeichnet hingegen die langsamste Wachstumsrate von lediglich 3 % in dieser Periode.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bier	4,4	5,0	3,3	4,4	7,1	12,2	13,3	18,1
Wein	20,8	41,9	51,7	31,0	40,7	49,9	53,3	56,9
Spirituosen	54,5	74,8	119,7	97,8	159,9	250,4	340,7	386,8
Alkoholfreie Getränke	21,8	26,9	32,0	21,9	19,8	23,1	21,2	27,6
Andere alkoholische Getränke	1,5	2,6	3,9	2,2	2,5	6,1	5,5	3,7
Gesamt	103,0	151,2	210,7	157,3	230,0	341,6	434,0	493,1

Tabelle 8: Wert des Getränkeexports in Mio. Euro in Lettland

Quelle: Comtrade.

Import und Export von Getränken – Litauen

Der Getränkeimport aller Getränkekategorien nach Litauen wuchs in den Jahren 2007-2014 deutlich an und erreichte zuletzt einen Wert von 455,3 Mio. Euro. Dies entspricht einem Wachstum über die Gesamtperiode von ca. 300 %. Auf Spirituosen entfielen dabei 24 % des Importwertes. Deren Anteil stieg stetig um 375 % im Vergleich zu 2007. Auf Wein entfallen 52 % des Gesamtimportes mit einem Wachstum um 790 % im Vergleich zu 2007. Dies entspricht mehr als einer jährlichen Verdopplung.

2014 betrug der Gesamteinfuhrwert von alkoholfreien Getränken 54,5 Mio. Euro und für sonstige alkoholische Getränke 17,3 Mio. Euro. Vor allem die Kategorie der alkoholfreien Getränke konnte sich trotz zwischenzeitlicher Schwankungen in dieser Periode nicht signifikant verändern.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bier	9,1	12,4	17,3	15,3	22,5	29,7	31,0	35,7
Wein	26,7	34,4	71,5	76,9	99,6	149,3	177,2	236,8
Spirituosen	23,3	32,2	58,0	39,8	44,0	75,4	95,7	110,8
Alkoholfreie Getränke	45,4	63,2	76,5	49,1	42,6	53,0	47,8	54,5
Andere alkoholische Getränke	8,3	9,2	9,1	7,1	6,7	11,8	13,1	17,3
Gesamt	112,9	151,7	232,6	188,5	215,5	319,5	365,0	455,3

Tabelle 9: Wert des Getränkeimports in Mio. Euro in Litauen

Quelle: Comtrade.

Der Gesamtexport von Getränken aus Litauen belief sich 2014 auf 343 Mio. Euro. Dies sind 112 Mio. Euro weniger als der Wert des Imports. Insbesondere Wein mit einem Anteil von nahezu 50 % dominiert den litauischen Getränkeexport.

Der Getränkeexport ist über die Jahre 2007-2014 stetig gewachsen. Das durchschnittliche jährliche Wachstum beträgt 73 %. Im Vergleich hierzu wuchs der Import lediglich um 43 %. Die Bemühungen der Exporteure scheinen daher zu greifen, allerdings sind die Erfolge der lettischen Exporteure im Vergleich hierzu deutlich größer.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bier	4,2	5,6	10,0	9,5	11,9	19,6	21,0	26,1
Wein	13,7	31,9	46,6	39,5	60,2	94,4	120,5	168,8
Spirituosen	10,3	13,9	26,6	15,7	16,1	25,5	35,2	42,5
Alkoholfreie Getränke	26,6	38,0	41,9	28,0	34,8	50,9	49,1	61,9
Andere alkoholische Getränke	0,93	1,8	3,5	8,1	14,2	26,4	24,6	44,0
Gesamt	55,9	91,3	128,8	100,9	137,4	217,0	250,7	343,6

Tabelle 10: Wert des Getränkeexports in Mio. Euro in Litauen

Quelle: Comtrade.

Die nachfolgenden SWOT-Analysen liefern aus Sicht eines möglichen deutschen Exporteurs Überblicke über die Attraktivität der drei möglichen Märkte.

Import und Export von Getränken - SWOT-Analyse

SWOT-Analyse Estland

Stärken

- günstige Bedingungen und Ressourcen für die Entwicklung von umweltfreundlicher und nachhaltiger Landwirtschaft, inkl. biologischer Landwirtschaft
- moderne Maschinen in den meisten landwirtschaftlichen Betrieben
- Zugang zu qualitativ hochwertigen Zutaten für die Lebensmittelproduktion
- lange Tradition in der Lebensmittelproduktion

Schwächen

- das jetzige Lohnniveau führt zur geringeren Wettbewerbsfähigkeit (siehe nächsten Punkt)
- kleiner inländischer Markt, führt fast zwangsläufig zu Exportbemühungen
- unvollständige Produktionskette
- relativ hohe Abhängigkeit von importierten Zutaten für die Produktion
- starke Orientierung in Richtung Finnland

Chancen

- Neustrukturierung / Neuorganisation vieler Stufen der Wertschöpfungskette
- Stärkung der wissensbasierten Aktivitäten in der Produktionskette
- Verbesserung der Qualität der Ausbildung, Umschulung und Beratung
- zunehmendes Interesse an gesunder natürlicher Ernährung
- kleinere Produzenten sind beim Wachstum auf Kooperationen mit ausländischen Partner angewiesen
- der Markt wird nicht ausschließlich von einem oder zwei starken Anbietern dominiert

Risiken

- große Agrarflächen werden von relativ großen und konkurrenzfähigen Betrieben gehalten, die auch das Potenzial zur vertikalen Diversifikation besitzen
- andere Wirtschaftszweige sind für Arbeitnehmer und Investoren interessanter als die Landwirtschaft und die Lebensmittelindustrie
- sinkende Preise und steigende Löhne
- mögliche Eintritte von neuen großen Lebensmittelproduzenten mit Unterstützung der Europäischen Union

SWOT-Analyse - Lettland

Stärken

- hoher Export von Lebensmitteln und landwirtschaftlichen Erzeugnissen bereits vorhanden
- hoher Anteil von Zutaten wird vor Ort produziert
- große Investitionen im Bereich Lebensmittel und Landwirtschaft durch die Europäische Union

Schwächen

- unvollständige Produktionskette, d. h. beispielsweise existiert eine große Abhängigkeit von importierten Zutaten
- Mangel an Arbeitskräften
- große Anzahl von lokalen starken Marken (national und regional)
- der kleine inländische Markt führt fast zwangsläufig zu Exportbemühungen

Chancen

- begrenzte Anzahl von starken überregionalen Marken
- Neustrukturierung/ Neuorganisation der Produktionskette und -teilen
- bisherigere Exporterfolge zeigen Potenziale
- Erhöhung der wissensbasierten Aktivitäten in der Produktionskette

- Verbesserung der Qualität der Ausbildung, Umschulung und Beratung
- bei Ende des russischen Embargos gute Handelsbeziehungen zu Russland
- kleinere Produzenten sind auf Kooperationen mit ausländischen Partnern angewiesen

Risiken

- Reduzierung der Marge bei landwirtschaftlicher Produktion aufgrund fallender Preise für Lebensmittel
- Rückgang der Bevölkerung
- sinkende Preise und steigende Löhne
- möglicher Eintritt von neuen großen Lebensmittelproduzenten aus der Europäischen Union
- länger anhaltendes Embargo aus Russland

SWOT-Analyse Litauen

Stärken

- günstige Bedingungen und Ressourcen für die Entwicklung von umweltfreundlichen und nachhaltigen Landwirtschaft, inkl. schon vorhandenen Volumens der biologischen Landwirtschaft
- moderne Maschinen in den meisten landwirtschaftlichen Betrieben
- Zugang zu qualitativ hochwertigen Zutaten für die Lebensmittelproduktion
- lange Tradition in der Lebensmittelproduktion
- Essenskultur von gemeinsamer deutscher Geschichte geprägt
- größter inländischer Markt der baltischen Länder

Schwächen

- unvollständige Produktionskette z. B. eine große Abhängigkeit von importierten Zutaten
- Mangel an Arbeitskräften
- große Anzahl von lokalen starken Marken (national und regional)

Chancen

- Markenlandschaft ohne besonders dominante überregionale Marken
- Steigerung der wissensbasierten Aktivitäten in der Produktionskette
- Verbesserung der Qualität der Ausbildung, Umschulung und Beratung
- Markt wird nicht von einem Anbieter dominiert
- starke Orientierung an Deutschland

- Änderung des Verbraucherverhaltens zu einem moderneren Lebensstil (siehe Weinkonsum)
- bei Ende des russischen Embargos gute Handelsbeziehungen zu Russland

Risiken

- Reduzierung der Marge bei landwirtschaftlicher Produktion aufgrund fallender Preise für Lebensmittel
- Rückgang der Bevölkerung
- sinkende Preise und steigende Löhne
- möglicher Eintritt von neuen großen Lebensmittelproduzenten aus der Europäischen Union
- länger anhaltendes Embargo aus Russland

4 Gesetzliche Bestimmungen für den Getränkemarkt

Der Getränkemarkt in den baltischen Ländern unterliegt diversen gesetzlichen Bestimmungen. Diese haben teilweise ihren Ursprung in der Europäischen Union und gelten somit in jedem Mitgliedsland. Aus diesem Grund werden diese Regeln in den nachfolgenden Kapiteln nicht explizit erwähnt.

Vielmehr liegt der Fokus auf Bestimmungen, aber auch auf Bewegungen innerhalb der nationalen Gesetzgebung, die für den Getränkemarkt in den einzelnen baltischen Ländern von Bedeutung sind.

4.1 Generelle Informationen und Regulierung des Verkaufs und Konsums

In allen drei baltischen Ländern gibt es unterschiedliche Bestimmungen für den Besitz, Konsum und Verkauf von Getränken, insbesondere für alkoholische Getränke. Die größten Unterschiede gibt es bei der Alterskontrolle, bei Bestimmungen für den on-trade und off-trade Verkauf, aber auch bei Alkohol im Straßenverkehr, gibt es in jedem Land Besonderheiten. Diese müssen einerseits beachtet werden, andererseits können hieraus auch die gesundheitspolitischen Ziele abgeleitet werden, welche die zukünftige Vermarktung beeinflussen können.

In allen drei baltischen Ländern gibt es kaum Bemühungen, den Konsum von z. B. zuckerhaltigen Getränken oder Energy-Drinks zu beeinflussen.

Generelle Informationen und Regulierung des Verkaufs und Konsums – Estland

In Estland ist der Konsum von alkoholischen Getränken für Personen unter 18 Jahren generell verboten. Auch der Verkauf an Personen unter 18 Jahren ist verboten. Allerdings zeigen Untersuchungen, dass alkoholische Getränke schon im jungem Alter konsumiert (etwa 40 % der Kinder im Alter von 11 Jahren haben schon einmal alkoholische Getränke probiert) werden.

Aber nicht nur die Behörden arbeiten gegen den Alkoholkonsum der Jugendlichen, sondern auch der Lebensmitteleinzelhandel versucht den Verkauf aktiv zu unterbinden. Zum Beispiel haben die estnischen Einzelhandelsverbände und das Gesundheitsamt im Juni 2013 eine Vereinbarung unterzeichnet, nach der Einzelhändler bei allen Käufern von alkoholischen Getränken, die anscheinend unter 30 Jahre alt sind, eine Ausweiskontrolle durchführen sollen.

Der off-trade Verkauf von alkoholischen Getränken ist zwischen 22 Uhr und 10 Uhr untersagt. Diese Einschränkung gilt allerdings nicht für die on-trade Verkäufe, so dass Bars und Pubs meist bis 24 Uhr an Wochentagen und bis 3 Uhr oder gar 6 Uhr an den Wochenenden alkoholische Getränke ausschenken dürfen.

Die Gemeinden können allerdings die Uhrzeiten für den Verkauf selbst regeln. Für die Stadt Tallin hat der Stadtrat sogar striktere Regeln erlassen. So ist der Verkauf von starken alkoholischen Getränken in kleinen Läden beschränkt. Ferner gilt ein vollständiges Verbot für den Verkauf alkoholischer Getränke in der Nähe von Kinderbetreuungseinrichtungen. Während nach der bisherigen Regelung der Verkauf in Einzelhandelsgeschäften mit einer Gesamtfläche von mindestens 75 m² erlaubt war, wurde diese auf eine Minimalfläche von 150 m² erhöht.

Zusätzlich ist es in ganz Estland verboten, alkoholische Getränke an offensichtlich alkoholisierte Personen zu verkaufen. Dies wird mit einer Geldstrafe von bis zu 30.000 Euro geahndet. Auch die Verkostung in Geschäften ist verboten.

Ab 2017 gilt zusätzlich, dass der Verkauf in Tankstellen verboten wird und alle alkoholischen Produkte getrennt von anderen Waren im Verkaufsraum aufgestellt werden müssen.

In Estland gibt es eine 0-Promillegrenze für Alkohol im Straßenverkehr. Mit einem Alkoholgehalt im Blut von 0,2 - 0,49 mg/ml kann der Fahrer mit einem Bußgeld von bis zu 100 Punkten oder einem Fahrverbot von bis zu sechs Monaten bestraft werden. Wenn der Alkoholgehalt im Blut 0,5 - 1,49 mg/ml beträgt, ist der Strafraum 300 Punkte oder ein Fahrverbot von bis zu 12 Monaten. In schweren Fällen bzw. bei Wiederholungstätern kann sogar das Fahrzeug beschlagnahmt werden.

Seit Juni 2014 hat die estnische Regierung den Konsum von alkoholischen Getränken im öffentlichen Bereich wieder erlaubt. Allerdings haben daraufhin viele Esten im Sommer Alkohol in der Öffentlichkeit konsumiert, anstatt in ihren Wohnungen oder in on-trade Lokalen. Jedoch führte dies zu negativen Begleiterscheinungen, sodass mehrere Kommunen den Konsum in einigen Gebieten wieder einschränkten. Die Stadt Tallinn zum Beispiel verbat den Konsum überall in der Stadt, mit Ausnahme in der Nähe des Parlamentsgebäudes und des Regierungssitzes des Präsidenten. Auf Druck vieler Gemeinden hin wurde der öffentliche Konsum von alkoholischen Getränken im Herbst 2015 wieder vollständig verboten.

Generelle Informationen und Regulierung des Verkaufs und Konsums – Lettland

In Lettland ist der Konsum von alkoholischen Getränken durch Personen unter 18 Jahren verboten. Auch der Verkauf an Minderjährige ist untersagt. Um dies zu kontrollieren, müssen seit 2013 Käufer von alkoholischen Getränken zwischen 18 und 25 Jahren ihren Ausweis selbstständig vorzeigen, bevor der Verkäufer das Vorzeigen verlangt. Somit gibt es nicht nur für den Verkäufer rechtliche Verpflichtungen, sondern auch für den Käufer. Diese Verpflichtung gilt auch für Personen unter 18 Jahren.

Zwischen 22:00 und 8:00 Uhr ist der off-trade Verkauf von alkoholischen Getränken untersagt. Ausnahmen gibt es für off-trade Verkäufe für Getränke vom Fass, Getränke, die für den Verzehr innerhalb der Verkaufsstätte gemacht sind, und Duty Free Shops. On-trade Verkäufe sind bei entsprechender Lizenz 24 Stunden, 7 Tage die Woche erlaubt.

Der Verzehr von alkoholischen Getränken in der Öffentlichkeit ist verboten. Ausnahmen gibt es für Flaschen, welche so eingewickelt sind, dass die Bezeichnung des Getränks nicht erkennbar ist. In der Gesetzgebung wird besonders auf ein Verbot in Gesundheits- und Bildungseinrichtungen, Behörden und am Arbeitsplatz hingewiesen.

Die Gemeinden haben das Recht, die Regelungen für öffentliche Verkehrsmittel, Parks, Straßen, Sport- und Freizeitveranstaltungen, Kirchen, Friedhöfe usw. festzulegen.

Im Straßenverkehr gilt für junge Fahrer (bis 2 Jahre nach Erhalt der Fahrerlaubnis) eine Promillegrenze von 0,2 Promille. Für andere Personen gilt eine Promillegrenze von 0,5. Verstöße werden mit bis zu 4 Jahren Führerscheinentzug, 15 Tagen Haft oder Strafen in Höhe von mehr als 1.000 € bestraft.

Generelle Informationen und Regulierung des Verkaufs und Konsums – Litauen

Für Personen in Litauen unter 18 Jahren ist es verboten, alkoholische Getränke zu konsumieren oder diese zu besitzen. Die Verkäufer alkoholischer Getränke sind berechtigt, im Zweifel ein Ausweisdokument einzusehen.

Zusätzlich gilt für den off-trade Verkauf von alkoholischen Getränken im Einzelhandel, dass dieser zwischen 22:00 Uhr und 8:00 Uhr verboten ist. On-trade Betriebe benötigen eine spezielle Lizenz, um alkoholische Getränke auch nach 22:00 Uhr zu verkaufen. Seit 2016 ist es für Tankstellen zudem vollständig verboten, alkoholische Getränke zu verkaufen.

In der Öffentlichkeit ist der Konsum von alkoholischen Getränken in bzw. in der Nähe von Justizvollzugsanstalten, Militäreinrichtungen, Polizeigebäuden, Krankenhäusern sowie Schulen und Ausbildungszentren verboten. Dieses Verbot gilt ebenso für staatliche und kommunale Institutionen, alle Arten von öffentlichen Verkehrsmitteln (mit Ausnahme von internationalen Zügen), Schiffe (mit Ausnahme eines separaten Speisebereichs), inländische Flüge sowie öffentliche Plätze, Messen und Ausstellungen (mit Ausnahmen in lizenzierten Betrieben).

Die Promillegrenze für junge Fahrer (bis 2 Jahre nach der Prüfung) beträgt 0,2 Promille, während für den Rest eine Promillegrenze von 0,4 gilt. Wahrscheinlich wird diese allerdings noch in 2016 auf 0 Promille reduziert.

4.2 Steuern

Jedes der drei baltischen Länder verfügt über ein eigenes Steuersystem. Diese sind zwar grundsätzlich ähnlich aufgebaut, jedoch vor allem das estnische Steuersystem verwendet für die Berechnung bei alkoholischen Getränken eine andere Grundlage als die anderen beiden baltischen Länder.

Die folgenden Übersichten eignen sich besonders für Importeure aus Mitgliedsländern der Europäischen Union. Für den Import aus anderen Ländern der Welt gelten eventuell weitere Bestimmungen.

Steuern – Estland

In Estland gelten folgende Steuersätze für Getränke:

	Bier (Euro für 1% Alkohol in 100 l)	Wein (Euro für 100 l)	Cidre/ Perry (Euro für 100 l)	RTDs (Euro für 1% Alkohol in 100 l)	Spirituen (Euro für 1% Alkohol in 100 l)	Alkohol-freie Getränke
Verbrauchssteuer	6,28	84,67	36,71	16,43	16,43	0
Mehrwertsteuer (%)	20	20	20	20	20	20

Tabelle 11: Steuern in Estland für alkoholische Getränke

Quelle: Finanz- und Zollbehörde Estlands.

Steuern – Lettland

In Lettland gelten die folgenden Steuersätze für Getränke (bei alkoholischen Getränken: Euro pro Liter reinen Alkohols):

	Bier	Wein	Cidre/ Perry	RTDs	Spirituen	Alkohol-freie Getränke
Verbrauchssteuer	4,8	82	64	82	1500	0
Mehrwertsteuer (%)	21	21	21	21	21	21

Tabelle 12: Steuern in Lettland für alkoholische Getränke

Quelle: Finanz- und Zollbehörde Lettlands.

Die Verbrauchssteuern werden kontinuierlich angehoben. Die letzte Steigerung fand am 1. Januar 2016 statt. Es wird erwartet, dass die Steuern für starke alkoholische Getränke in 2017 weiter angehoben werden. Ferner versuchen einige politische Fraktionen ebenfalls eine kontinuierliche Erhöhung der Steuern für Bier durchzusetzen.

Steuern – Litauen

In Litauen gelten folgende Steuersätze für Getränke (bei alkoholischen Getränken: Euro pro Liter reinen Alkohols):

	Bier	Wein	Cidre/ Perry	RTDs	Spirituo- sen	Alkohol- freie Getränke
Verbrauchssteuer	3,11	72,12	28,67	89,49	1320,67	0
Mehrwertsteuer (%)	21	21	21	21	21	21

Tabelle 13: Steuern in Litauen für alkoholische Getränke

Quelle: Finanz- und Zollbehörde Estlands.

Im Jahr 2015 wurden die Verbrauchssteuern für alle Alkoholprodukte um 10% erhöht. Weitere Erhöhungen sind für 2016 und 2017 geplant.

4.3 Bestimmungen für den Import und die Herstellung von Getränken

In allen drei baltischen Ländern gibt es spezielle Bestimmungen für den Import, aber auch für die Herstellung von Getränken. Besonders Regelungen für den Importprozess und die dafür anfallenden Steuern bzw. die Steuerkennzeichnung, aber auch Lizenzen sind von immenser Wichtigkeit.

Bestimmungen bezüglich der Hygiene, der Arbeitszeiten etc. werden im Folgenden nicht betrachtet.

Bestimmungen für den Import und die Herstellung von Getränken – Estland

Als Mitglied der Europäischen Union sind die estnischen Gesetze mit deren Recht harmonisiert. Für den Import von alkoholischen Getränken müssen folgende Regeln beachtet werden:

- Nur eingetragene Unternehmen dürfen alkoholische Getränke importieren, exportieren bzw. damit handeln.
- Jedes alkoholische Produkt muss ein Zertifikat besitzen (hierfür ist das Veterinäramt zuständig)⁴⁷ und in einer Datenbank Stock Keeping Unit (SKU) eingetragen sein. Für die Registrierung benötigt der Händler einen offiziellen Laborbericht.
- Zölle werden bei Produkten aus der Europäischen Union vom Besitzer des Steuerlagers bezahlt. Bei anderen Ursprungsländern erfolgt dies entweder durch Besitzer des Steuerlagers oder den Importeur.

⁴⁷ Veterinäramt Estland: State Register of Alcohol. www.vet.agri.ee/?op=body&id=321 (20.12.2015).

- Bei Lieferungen innerhalb der Europäischen Union direkt an den Verbraucher, werden die Verbrauchsabgaben bei Lieferung fällig.
- Importeure müssen Zoll- und Steuerbehörden vorzeitig über bevorstehende Lieferungen informieren.

Bestimmungen für den Import und die Herstellung von Getränken – Lettland

Auch die lettischen Gesetze sind mit den Gesetzen der Europäischen Union harmonisiert. Für den Import und die Herstellung von alkoholischen Getränken gilt:

- Nur eingetragene Firmen, die auch ein operatives Geschäft vorweisen können, dürfen verbrauchssteuerpflichtige Waren vertreiben.
- Abhängig von der Zielsetzung im inländischen Markt müssen die Firmen eine Einzelhandels- bzw. eine Großhandelslizenz besitzen.

Nach dem lettischen Steuergesetz sind alkoholische Getränke, alkoholfreie Getränke sowie Kaffee, steuerpflichtige Waren und benötigen für die Inumlaufbringung eine Steuerbanderole, welche auf der Verpackung angebracht sein muss. Diese Banderole bescheinigt, dass diese Produkte konform mit den Steuergesetzen sind.

Verbrauchssteuern müssen vom Importeur bezahlt werden. In einigen Fällen erfolgt dies aber auch durch den Eigentümer eines zugelassenen Logistiklagers, einen zugelassenen Versender, einen zugelassenen Empfänger, einen temporär zugelassenen Empfänger oder durch Verkäufer nach dem Fernabsatzgeschäft.

Steuerpflichtige Waren, welche sich in einem Steuerlager befinden, sind von dieser Verbrauchssteuer bis zum Zeitpunkt des Inumlaufbringens ausgenommen. Bei alkoholischen Getränken ist allerdings eine Kautions fällig. Diese Kautions ist bei alkoholfreien Getränken und Kaffee nicht erforderlich.

Zusätzlich sind in einem Steuerlager folgende Arbeitsschritte möglich:

- Produktion und Weiterverarbeitung von steuerpflichtigen Waren.
- Abfüllen und Verpacken von steuerpflichtigen Waren.
- Lagerung und Anbringung der Steuerbanderolen an steuerpflichtigen Waren.

Bestimmungen für den Import und die Herstellung von Getränken – Litauen

Auch die litauischen Gesetze sind mit den Gesetzen der Europäischen Union harmonisiert. Mehrere Punkte müssen beim Import von alkoholischen Getränken berücksichtigt werden:

- Für den Import muss zunächst eine Einfuhrlizenz vorliegen. Alle alkoholischen Produkte müssen den Anforderungen für Verkauf, Lagerung und Transport entsprechen.
- Eine besondere Steuerbanderole des Finanzministeriums muss vor dem Verkauf in Litauen auf der Verpackung von alkoholischen Getränken angebracht werden. Diese Banderolen können entweder in einem Steuerlager in einem der Mitgliedstaaten, in Zolllagern vom Typ C von Personen in Litauen oder in Freilagern oder Freizonen angebracht werden. Die Banderole ist nicht für Bier und Cidre aus natürlicher Fermentation erforderlich, da deren Alkoholgehalt nicht höher als 8,5 vol. % ist.
- Importierte alkoholische Getränke müssen ein Zertifikat einer anerkannten Institution (z. B. eines Labors) besitzen, welches die Qualität und die Unbedenklichkeit der Getränke nachweist. Weinprodukte müssen über einen Lieferschein und ein Dokument mit Daten der Produktanalyse verfügen.

4.4 Bestimmungen für den Verkauf von Getränken

Um Getränke auf den Märkten der baltischen Länder zu verkaufen, müssen länderspezifische Regeln beachtet werden. Diese Bestimmungen umfassen einerseits Lizenzen, die für den grundsätzlichen Verkauf benötigt werden, und reichen bis zu den Gegebenheiten in den Verkaufsräumen.

Bestimmungen für den Verkauf von Getränken – Estland

Für den Verkauf von alkoholischen Getränken ist eine lokale Zulassung notwendig. Diese Lizenzen werden von den Gemeinden vergeben.

Ab 2018 müssen zudem alkoholische Getränke von anderen Lebensmitteln getrennt aufgestellt werden. Als Konsequenz daraus müssen Supermärkte eine separate Alkoholabteilung einrichten. Diese muss einen nicht-transparenten Sichtschutz besitzen, so dass alkoholische Getränke nicht uneingeschränkt sichtbar sind. In kleineren Geschäften, die dies nicht gewährleisten können, müssen diese Getränke in einer separaten Ecke hinter dem Verkaufstresen aufgestellt sein.

Außerdem dürfen Lieferdienste keine Sonderangebote mehr anbieten, wie beispielsweise „2 zum Preis von 1“.

Bestimmungen für den Verkauf von Getränken – Lettland

Verkäufer für alkoholische Getränke müssen eine spezielle Alkohollizenz vorweisen können. Wie oben erwähnt, gibt es sowohl Lizenzen für Einzelhändler und Großhändler wie auch für

Bier und andere alkoholische Getränke, die vom Valsts ieņēmumu dienests (Steuerverwaltung) vergeben werden.

Für die Verkaufsstellen von alkoholischen Getränken gibt es folgende Beschränkungen:

Alle alkoholischen Getränke mit Ausnahme von Bier müssen in einem separaten Bereich der Verkaufsfläche aufgestellt sein. Überwachungskameras müssen diesen Bereich rund um die Uhr überwachen. Die Aufnahmen müssen bis zu 7 Tage gespeichert werden.

Bestimmungen für den Verkauf von Getränken – Litauen

Alle Anbieter von alkoholischen Getränken benötigen eine spezielle Alkohol-Lizenz. Es gibt Lizenzen für Großhändler und Einzelhändler. Die Lizenzen werden ebenfalls vom Narkotikų, tabako ir alkoholio kontrolės departamentas (Drogen-, Tabak- und Alkohol-Kontrollamt) vergeben.

Es gibt folgende Anforderungen für den Verkauf, den Erwerb, die Lagerung und den Transport alkoholischer Produkte in Litauen. So ist es verboten, alkoholische Getränke zu lagern, zu transportieren und zu verkaufen, falls die Dokumente, die die Konformität der Alkoholprodukte zertifizieren, nicht vorhanden sind. Ferner ist dies verboten, wenn diese Produkte ohne entsprechende Lizenz hergestellt wurden, wenn diese keine Steuerbanderole besitzen (mit Ausnahme von Bier und natürlich fermentiertem Cidre mit weniger als 7,5% Vol.), falls diese nicht den Sicherheits- und Qualitätsstandards entsprechen oder selbsthergestellt sind. Auch ist es nicht gestattet, alkoholische Getränke zu lagern, zu transportieren und zu verkaufen, wenn diese Ethylalkohole beinhalten, deren Ursprünge nicht landwirtschaftlich sind.

4.5 Bestimmungen für die Werbung (alkoholische Getränke)

Werbung für alkoholische Getränke ist in allen baltischen Ländern erlaubt. Allerdings besitzt jedes Land eigene Regeln, wann, wo und wie diese beworben werden dürfen. Für alkoholfreie Getränke sind neben den üblichen, gesundheitsrelevanten Bestimmungen momentan keine weiteren Einschränkungen vorgesehen.

Bestimmungen für die Werbung – Estland

Zusätzlich gibt es einige Einschränkungen bei Werbung für alkoholische Getränke in Estland. Zunächst muss Werbung die Textwarnung: „Achtung, dies ist ein alkoholisches Getränk. Alkohol kann gesundheitliche Schäden verursachen!“ (Auf Estnisch) enthalten. Dieser Warnhinweis muss gebührende Aufmerksamkeit erreichen können, bemerkbar, verständlich und klar unterscheidbar zu anderen Informationen der Werbung sein.

Ferner gilt:

- Werbung für alkoholische Getränke darf keine Personen und Charaktere aus Filmen, TV, Musik oder sonstigen Unterhaltungssendungen oder aus Kinderevents präsentieren.
- Werbung darf eine prominente Person nicht imitieren (unabhängig von Bild, Stimme oder sonstigen Eigenschaften).
- Allerdings darf eine bekannte Person in der Werbung auftreten und eine Rolle spielen, aber nicht als Persönlichkeit für das Produkt werben.

Werbung für alkoholische Getränke darf nicht:

- einen direkten Anreiz zum Kauf/Konsum von Alkohol beinhalten
- Figuren aus Zeichentrick-/Animationsfilmen bzw. Kinderliteratur benutzen
- einen Bezug zu sozialem oder sexuellem Erfolg, gesteigerter körperlicher Leistungsfähigkeit oder sonstigen wichtigen Bereichen beinhalten
- den Konsum mit Fahrtätigkeiten verbinden
- behaupten, dass Alkohol eine Stimulanz- oder Beruhigungsmittel bzw. ein Mittel zur Lösung von Problemen ist
- Enthaltensamkeit bzw. den mäßigen Konsum negativieren
- einen hohen Alkoholgehalt als positive Eigenschaft eines Getränkes bewerben
- Informationen enthalten, dass durch den Kauf von Alkohol Waren oder Dienstleistungen kostenlos bzw. zu einem günstigeren Preis zu erwerben sind

Es ist verboten, für alkoholische Getränke zu werben:

- im Fernsehen oder Radio von 07:00 Uhr bis 22:00 Uhr
- Audio-visuelle Effekte sind generell verboten (lediglich ein einfarbiges Bild und ein kurzer Audio-Hinweis mit Produktinformationen und Warnhinweisen ist erlaubt)
- in und an Schulen, Universitäten, Sportplätzen, Militärstützpunkten, Polizeistandorten, Kinos, Museen etc.
- in Printmedien, die in erster Linie an Kinder gerichtet sind, oder auf Seiten in Printmedien, die Informationen für Kinder beinhalten
- auf der Vorder- oder Rückseite von Zeitungen und Zeitschriften
- in der Außenwerbung (Ausnahme: alkoholische Getränke mit einem geringen Alkoholgehalt)

Bestimmungen für die Werbung – Lettland

Werbung für alkoholische Getränke muss Informationen beinhalten, die auf die negativen Folgen von Alkohol hinweisen. Hierfür müssen mindestens 10 % der Anzeige vorbehalten

werden. Seit 2013 muss zusätzlich auch der Hinweis vermerkt sein, dass der Kauf und Verkauf an minderjährige Personen verboten ist.

Weitere Einschränkungen sind:

- Werbung darf keine Personen zeigen, die alkoholische Getränke konsumieren.
- Werbung darf keine lettischen Staatssymbole zeigen.
- Werbung darf keine Hinweise für die Verwendung als Teil einer medizinischen Behandlung zeigen.
- Werbung darf keine Zusammenhänge zwischen alkoholischen Getränken und sportlichen Aktivitäten oder dem Führen eines Fahrzeuges zeigen.
- Werbung darf keine Hinweise enthalten, welche alkoholische Getränke als stimulierendes bzw. beruhigendes oder als problembewältigendes Mittel, zeigen.
- Werbung darf Enthaltensamkeit oder gemäßigten Konsum nicht negativieren
- Werbung darf keinen Eindruck hinterlassen, dass der Konsum mit sexuellem oder sozialem Erfolg verbunden ist.
- Werbung darf keine Personen unter 25 Jahre darstellen (seit 2014).

Anbieter von alkoholischen Getränken dürfen bei Veranstaltungen für Kinder oder Sportevents nicht als Sponsor auftreten, wenn eine Verbindung zum alkoholischen Getränk hergestellt werden kann.

Werbung für alkoholische Getränke ist verboten:

- im TV (mit Ausnahme von Bier und Wein)
- in Bildungs- oder medizinischen Einrichtungen, sowie an diesen Gebäuden
- auf Briefumschlägen und Paketen
- auf Buchumschlägen, sowie Vorderseiten von Zeitungen und Zeitschriften
- in und an öffentlichen Verkehrsmitteln
- als Außenwerbung

Bestimmungen für die Werbung – Litauen

Alkoholwerbung jeglicher Art ist in Litauen verboten, wenn:

- sie an Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren gerichtet ist
- Personen unter 18 Jahren in der Werbekampagne auftreten
- Personen des öffentlichen Lebens oder berühmte Personen, wie Athleten, Ärzte, Politiker, Künstler oder Wissenschaftler auftreten
- deren Namen oder Bilder etc. verwendet werden

In der Werbung ist es verboten, den Konsum von Alkohol:

- mit einer Verbesserung der körperlichen Verfassung zu verknüpfen,
- mit dem Führen eines Fahrzeuges oder mit verbesserter körperlicher Aktivität in Verbindung zu bringen
- als persönliche Problemlösung darzustellen
- als Ursache für sozialen Erfolg darstellen
- mit erhöhter sexueller Aktivität in Verbindung zu bringen

Auf der Außenseite einer Zeitung, Zeitschrift oder eines Buches ist Alkoholwerbung verboten. Ebenfalls ist diese in Zeitungen, Zeitschriften, Büchern, Postkarten, Umschlägen und Briefmarken, Fernseh- und Radioprogrammen für Kinder und Jugendliche untersagt. Im Fernsehen oder Radio ist von 06:00 bis 23:00 Uhr eine Ausstrahlung verboten, genauso bei einer Reihe verschiedener Freizeit- und Massenveranstaltungen.

Außenwerbung für alkoholische Getränke mit Ausnahme von Bier und vergorenem Wein und Cidre, ist in Litauen verboten. In der Außenwerbung für Bier und vergorenen Wein bzw. Cidre muss die Warnung über die schädlichen Auswirkungen von Alkohol auf die Gesundheit erscheinen (mit Ausnahme von Werbungen, in denen nur die Namen und/ oder eingetragene Warenzeichen der Unternehmen, die die alkoholischen Getränke herstellen oder verkaufen, auf der Außenwerbung angezeigt werden).

4.6 Verpackungsordnung und Pfandsysteme

Die Pfandsysteme und die Anforderungen an die Verpackung unterscheiden sich teilweise sehr stark voneinander und sind für deutsche Unternehmen manchmal etwas rückständig.

Verpackungsordnung und Pfandsystem – Estland

Alle Getränke, die in einer PET-Verpackung verkauft werden, müssen im Verkaufspreis ein Pfandgeld für die Verpackung enthalten. Am häufigsten liegt dieses Pfand bei rund 0,10 Euro pro Flasche oder Dose.

Alle Betriebe, die in Estland Getränke verkaufen, müssen eine Rückgabestelle besitzen. Der Verbraucher hat das Recht, jede beliebige Sorte der Getränkeverpackung in den Rückgabestellen zurückzugeben, wenn diese Verpackung Teil des Pfandsystems ist. Der Produzent oder Importeur ist zusätzlich verpflichtet, das Pfandzeichen entweder direkt oder als Aufkleber auf der Verpackung anzubringen.



Abbildung 39: Recyclingzeichen in Estland

Verpackungsordnung und Pfandsystem – Lettland

Das Pfandsystem in Lettland ist gemessen an deutschen Standards nicht besonders weit entwickelt. Für jede Getränkeverpackung muss im Verkaufspreis ein Pfand einberechnet sein. Die Rückgabe erfolgt allerdings nur manuell in der Verkaufsstelle. Ferner gibt es ein Pfand von 0,05 Euro für alle Bierglasflaschen, welches die Verbraucher dahingehend ermutigen soll, diese ebenfalls in Rückgabestellen zurückzugeben.

Allgemein können Verbraucher die Verpackungen an den meisten Verkaufsstellen zurückgeben. Ein Pfandrückgabesystem mit Kennzeichnung wie in den anderen beiden Ländern gibt es noch nicht. Auch die Entwicklung eines einheitlichen Pfandrückgabesystems mit Rückgabebautomaten wurde bis auf weiteres verschoben.

Außerdem müssen giftige Inhaltsstoffe in Verpackungen auf ein Minimum reduziert sein, so dass die Verpackungen anschließend verbrannt werden können.

Verpackungsordnung und Pfandsystem – Litauen

Für das Pfandsystem bei Einweggetränkeverpackungen wurde in Litauen am 1. Februar 2016 für Glas, Kunststoff oder Metallbehälter ein neues Zeichen vorgestellt, welches auf das Recycling hinweist.

Beim Kauf von Getränken in Glas, Plastik oder metallenthaltender Verpackung, wird ein Pfand von 0,07 Euro erhoben, welches bei der Rückgabe der Verpackung erstattet wird. Geschäfte mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche, Märkte, Kioske, Tankstellen und Gastronomiebetriebe sind nicht dazu verpflichtet diese zurückzunehmen. Diese Ausnahme gilt allerdings nicht in ländlichen Gebieten.



Abbildung 40: Recyclingzeichen in Litauen

5 Ausführungen zum Getränkemarkt im Baltikum

Die Konsumkultur von alkoholischen Getränken ist in allen drei baltischen Ländern ähnlich, allerdings existieren regionale Besonderheiten. Die Statistiken der Weltgesundheitsorganisation (WHO) von Ende 2015 zeigen, dass Litauen unter den Top-3 der Länder innerhalb Europas beim Konsum von alkoholischen Getränken liegt. Die Verbrauchsmuster variieren zwischen den einzelnen baltischen Ländern, aber auch innerhalb eines Landes. Zusätzlich ist das Muster sowohl abhängig vom Einkommen, aber auch von der Urbanisierung. Die generelle Tendenz ist, dass in ländlichen Gebieten im Gegensatz zum urbanen Umfeld eher „billiger Alkohol“ und low-end Produkte konsumiert werden. Dieser Trend ist allerdings auch bei der städtischen Bevölkerung mit geringem Einkommen zu beobachten.

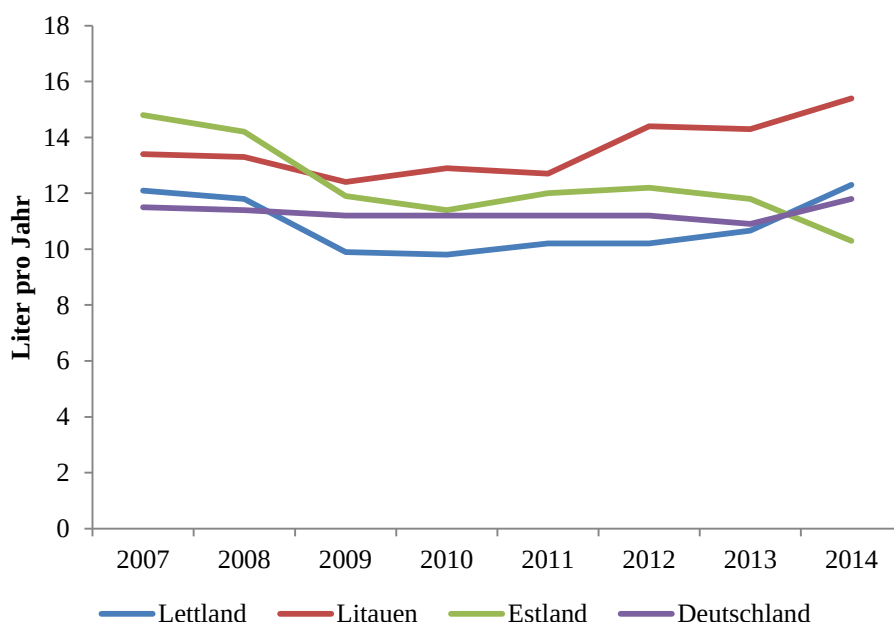


Abbildung 41: Alkoholkonsum der drei baltischen Länder, Angaben in reinem Alkohol pro Kopf

Quelle: OECD und WHO. www.who.int. (20.12.2015).

In Estland zeichnet sich ein Abwärtstrend beim Konsum von alkoholischen Getränken seit 2013 ab. In 2014 erreichte der Konsum 10,3 l pro Kopf. Vor allem Gesundheits- und Wellnessrends sowie die Abnahme des Handels mit finnischen Touristen (aufgrund von verstärkten Zollkontrollen auf finnischer Seite) führen zu dieser Entwicklung.

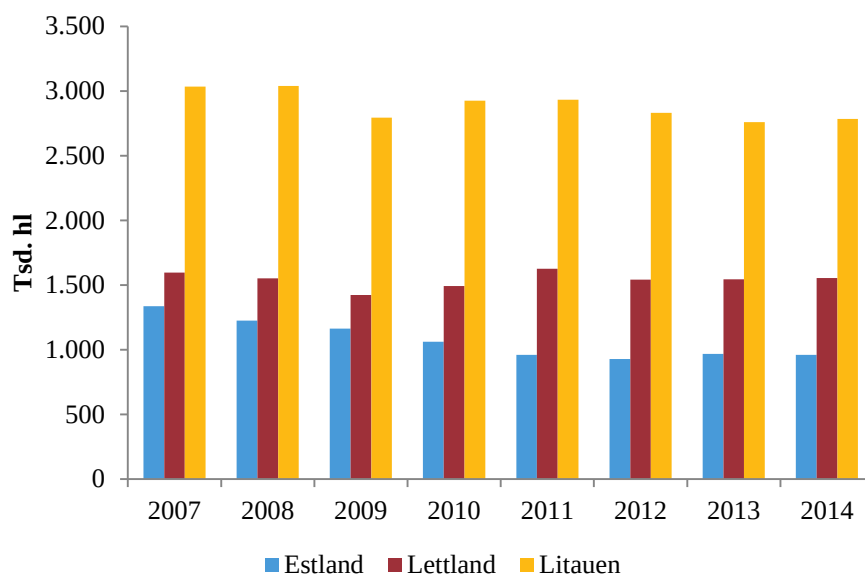


Abbildung 42: Bierkonsum in den drei baltischen Ländern

Quelle: The Brewers of Europe: Statistics 2015. www.brewersofeurope.org. (20.12.2015).

Der Pro-Kopf Konsum von reinem Alkohol in 2014 belief sich in Lettland auf 12,3 l und in Litauen auf 15,4 l. Die litauischen und lettischen Konsumenten, vor allem diese mit mittlerem und höherem Einkommen, verlagerten ihren Alkoholkonsum in Richtung gehobener Alternativen wie z. B. Craft Biere und importierte Spirituosen. Dies passierte besonders auf Kosten anderen Sorten wie beispielsweise von Wodka und low-end-Bieren.

Bier ist das beliebteste alkoholische Getränk in allen drei baltischen Ländern. Der Anteil beträgt 47 % in Estland, 46 % in Litauen und 41 % in Lettland (in Bezug auf den gesamten Alkoholkonsum). Auf Spirituosen entfallen mehr als ein Drittel des Alkoholkonsums, wobei der Trend allerdings rückläufig ist. Diese Entwicklung ist vor allem auf den Rückgang der Beliebtheit von Wodka zurückzuführen. Die Beliebtheit von Spirituosen allgemein geht allerdings ebenfalls zurück und verlagert sich zugunsten von Wein und anderen Getränken mit einem geringeren Alkoholgehalt. Wein macht ca. 10 % des Gesamtalkoholkonsums aus und verzeichnet eine klar steigende Tendenz. Die Beliebtheit von Bier war in allen drei baltischen Ländern in den letzten zehn Jahren stabil.

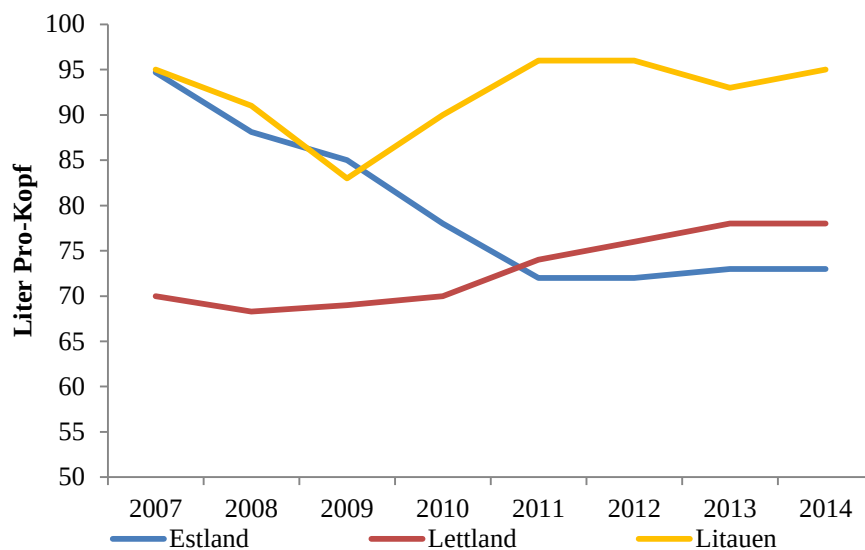


Abbildung 43: Pro-Kopf-Verbrauch Bier in den drei baltischen Ländern

Quelle: The Brewers of Europe.

SWOT-Analyse Getränkemarkte

Stärken

- lange Konsumtradition bei starken alkoholischen Getränken
- schon vorhandene Geschäftsbeziehungen mit einigen Lieferanten deutscher Produkte
- gute geographische Lage und vorhandene Geschäftsbeziehungen für weitere Exporte in GUS-Länder

Schwächen

- relativ kleiner lokaler Markt
- trotz wachsender Kaufkraft der Verbraucher, ist diese im Vergleich zu Deutschland gering
- geringe Verbraucherkenntnisse, insbesondere im Bereich Wein und feinerer Getränke
- Nachfrage nach alkoholfreien Getränken und Bier ist sehr stark saisonabhängig

Chancen

- Wachsende Kaufkraft führt zu erhöhter Nachfrage von importierten Produkten, besonders bei Wein und Whiskey.
- Guter Ruf von deutschem Bier und der Marke Jägermeister bietet eine gute Grundlage für weitere deutsche Produkte und Marken.
- Geringes Angebot an gesunden Säften und alkoholfreien Getränken bietet Möglichkeiten für neue Marktteilnehmer.

Risiken

- sehr starke Position von lokalen Produzenten in allen Kategorien
- abnehmende Bevölkerung vor allem in Lettland und Litauen
- starke Abhängigkeit des Konsums und des Exports von externen Faktoren (finnische Touristen, Wirtschaftsabschwung in den GUS-Ländern)

5.1 Alkoholische Getränke – Bier

Als Hauptakteure des Biermarktes treten in den baltischen Ländern internationale Brauereien oder Unternehmen mit internationaler Beteiligung auf. Diese Brauereien kontrollieren einen Hauptteil der Produktion und besitzen die größten Marktanteile. Zu Carlsberg gehören z. B. die Brauereien Švyturys-Utenos alus in Litauen, Aldaris in Lettland sowie Saku Õlletehase in Estland. Ein weiterer Hauptakteur ist die finnische Brauereigruppe Olvi Oyj, der u. a. die Brauereien Volfas Engelman in Litauen, A. Le Coq in Estland und Cēsu alus in Lettland angehören.

Eine Besonderheit des estnischen Biermarktes ist die hohe Marktkonzentration, wobei die zwei Hauptakteure nahezu 80 % des Gesamtmarktes beherrschen. Der größte Bier- und Softdrink Produzent A. Le Coq erwirtschaftet ein jährliches Umsatzwachstum von 1,5 Prozent und erzielte 2013 einen Rekordumsatz von 81 Mio. Euro. Die finnische Brauereigruppe Olvi Oyj erwirtschaftete somit ein Viertel ihres Umsatzes bzw. 40 % ihres Gewinns mit A. Le Coq. In 2013 betrug der Gewinn von A. Le Coq 13,9 Mio. Euro und somit mehr als in 2007, vor der Wirtschaftskrise. Damit konnte sich der Gewinn über der 10 Mio. Euro Marke halten. Bemerkenswert ist zudem, dass A. Le Coq letztes Jahr lediglich 314 Mitarbeiter beschäftigte, die lediglich 16 % der Gesamtbeschäftigten von Olvi Oyj (ca. 2.000 Mitarbeiter) darstellen.

Der Umsatz der Brauerei Saku Õlletehase, welche wiederum zur weltweit viertgrößten Brauereigruppe Calsberg gehört, ist im Vergleich weniger stabil, auch wenn deren Umsatz sich schneller entwickelte als der ihres südestnischen Wettbewerbers A. Le Coq. Im vergangenen Jahr wuchsen die Umsatzerlöse auf 71,4 Mio. Euro. Somit beträgt der Umsatzunterschied zwischen den beiden Brauereien nur noch weniger als 10 Mio. Euro. Allerdings betrug der Gewinn von Saku Õlletehase im letzten Jahr nur 2,9 Mio. Euro und damit nur ein Fünftel des Vorjahres.⁴⁸

Eine weitere Brauerei in Estland ist Viru Õlu, welche zehnmal kleiner ist als ihre zwei Hauptwettbewerber. Diese Brauerei erwirtschaftete ein Umsatzwachstum von 2 Prozent und erreichte einen Umsatz von 8,2 Mio. Euro, allerdings mit einem Verlust von 0,4 Mio. Euro.

⁴⁸ Postimees: Beer market upheld by tourists. <http://news.postimees.ee/2859753/beer-market-upheld-by-tourists> (20.12.2015).

Die Cido Grupa (Teil der dänischen Brauereigruppen Royal Unibrew) ist ein weiterer Hauptwettbewerber in Lettland und erreicht dort einen Marktanteil von 26 %. Aldaris ist deren größter Wettbewerber und der zweitgrößte Bierproduzent. Aldaris verliert allerdings nach und nach Marktanteile an die Cido Grupa. In der Zeit nach der Finanzkrise hat Aldaris sich besonders auf low-end Marken konzentriert, jedoch 2014 auch einige Premiummarken eingeführt.

Švyturys-Utenos alus (Teil der Brauereigruppe Carlsberg) ist der Marktführer in Litauen mit einem Marktanteil von 40 % und einem Umsatz von 142 Mio. Euro in 2014, welcher um 4 % zum Vorjahr anstieg. Im Jahr 2014 betrug der Gewinn 10,3 Mio. Euro.⁴⁹ Das Unternehmen ist seinen Mitwettbewerbern nicht nur in Bezug auf den Marktanteil, sondern auch in Bezug auf Profitabilität deutlich voraus. Kalnapilio - Tauro grupė (Teil der Brauereigruppe Royal Unibrew) kommt auf einen Umsatz von 51,3 Mio. Euro und einen Gewinn von 0,2 Mio. Euro. Zusammen mit Volfas Engelman (ebenfalls Teil der Brauereigruppe Olvi Oyj) mit einem Umsatz von 38,4 Mio. Euro und einem Gewinn von 2,4 Mio. Euro in 2014 waren das die beiden größten Mitwettbewerber mit einem Marktanteil von 18 % bzw. 16 %.

Alle Marktführer berichten, dass der Gewinn aufgrund der steigenden Energie, Rohstoff und sonstiger Kosten zurückging. Die drei größten Unternehmen, mit einem Marktanteil von zusammen über 70 %, gehören mittlerweile allesamt zu einer internationalen Brauereigruppe, allerdings blieb deren inländischer und regionaler Ursprung bewahrt. Auf den steigenden Verbraucherwunsch nach Neuerungen reagierten die regionalen Brauereien damit, dass sie zusätzliche Premium-Marken aus dem gruppeneigenen Portfolio übernahmen und somit ihre Kontrolle über den Markt aufrechterhielten.

SWOT-Analyse Bier

Stärken

- lange Konsumtradition bei Bier
- hoher Verbrauch, besonders in Litauen
- vorhandene Handelsbeziehungen mit einigen deutschen Herstellern und Händlern

Schwächen

- relativ geringes Volumen – 5.300 Tsd. hl Bier in allen drei Länder zusammen (2014)
- trotz wachsender Kaufkraft der Verbraucher ist diese im Vergleich zu Deutschland gering
- starke saisonale Schwankungen

49 Verslas: „Švyturio-Utenos alaus“ apyvarta pernai augo 4 proc. iki 142 mln. eurų. <http://www.15min.lt/verslas/naujiena/bendroves/svyturio-utenos-alaus-apyvarta-pernai-augo-4-proc-iki-142-mln-euru-663-488580>. (21.12.2015).

Chancen

- wachsende Kaufkraft steigert die Nachfrage nach höherwertigen Biersorten wie z. B. Craft Bier und Weizenbier
- guter Ruf deutschen Biers
- hoher Anteil von Lagerbier

Risiken

- sehr starke Marktposition der lokalen Bierproduzenten bei den wichtigsten Biersorten
- wachsende Beliebtheit anderer Getränkekategorien (Wein) zu Lasten von Bier

5.1.1 Produktion (Bier)

Alle baltischen Länder sind traditionelle Biertrinker-Nationen mit einer starken regionalen Bierindustrie. Das größte Bierherstellerland hierunter ist Litauen mit einer Produktion von 3,172 Tsd. hl in 2014. Dies ist volumenmäßig mehr als Lettland und Estland im selben Zeitraum zusammen produziert haben.

Die Entwicklung der estnischen Bierproduktion zeigte sich mit einer jährlichen Wachstumsrate von 1,9 % von 2007-2014 deutlich stabiler als z. B. das lettische Wachstum. Hinter diesem stabilen Wachstum stand früher der Konsum der Touristen aus dem benachbarten Finnland, die Ausflüge zum Konsum viel billigeren Alkohols nach Estland unternahmen. Seitdem die finnische Regierung allerdings Zollkontrollen verstärkt durchgesetzt hat, führte dies zu einer Minderung des Wachstums.

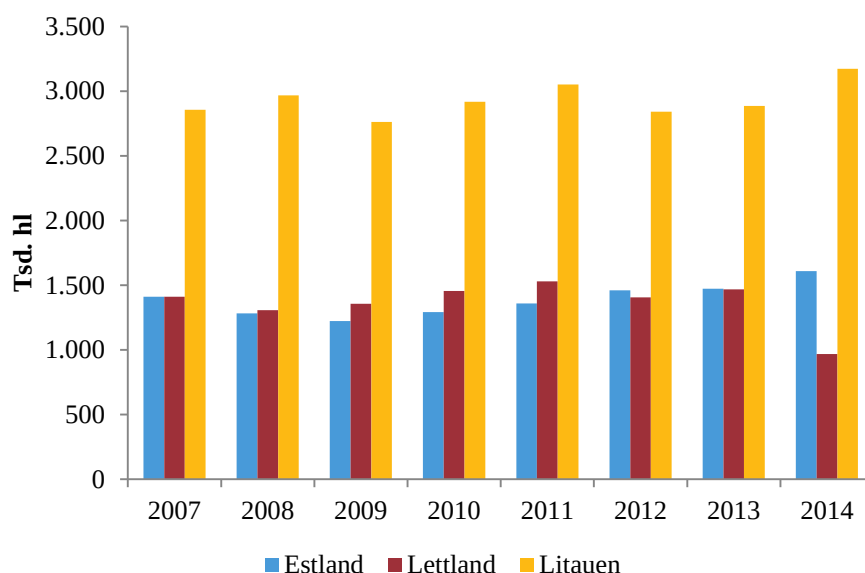


Abbildung 44: Bierproduktion in den drei baltischen Ländern

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen.

Die Bierproduktion in Lettland sank zuletzt dramatisch um 34 % in 2014, da die Brauerei Aldaris ihre Produktion ins Ausland vor allem nach Litauen und Estland auslagerte. Der negative Produktionstrend in Lettland soll in 2015 weiter anhalten und führt laut Prognosen zu einem weiteren Rückgang von 12 %.⁵⁰

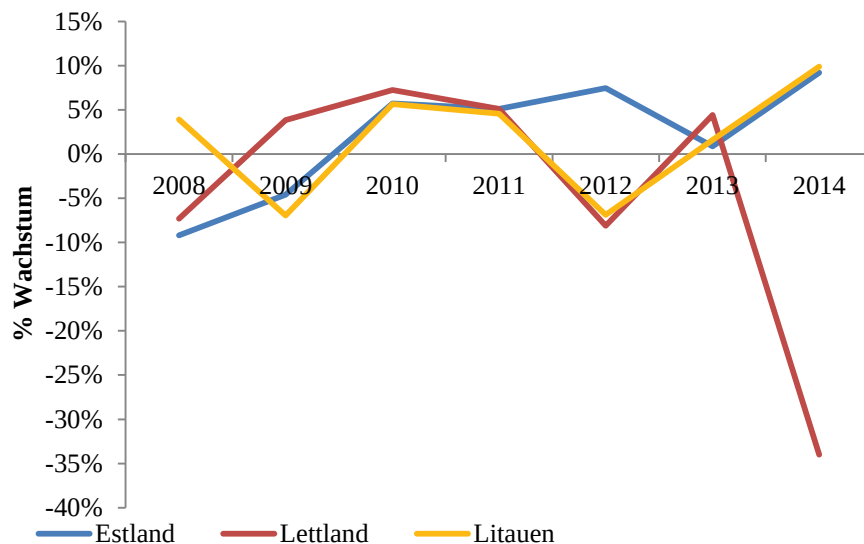


Abbildung 45: Wachstum Bierproduktion in den drei baltischen Ländern

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen.

Auf der anderen Seite gewinnen unabhängige kleine Brauereien wie Valmiermuižas alus und Agrofirma Tērvete vermehrt an Bedeutung in Lettland. Die kleinen Brauereien streben danach, ihre Produkte im höheren Preissegment zu positionieren und dort besondere Aufmerksamkeit der Konsumenten zu gewinnen. Als Ergebnis hiervon stieg das Volumen dieser kleinen Produzenten, allerdings blieben deren Marktanteile am Gesamtmarkt gering. Ein weiterer Grund für den negativen Trend des Bierkonsums war der kalte Sommer und das Ausbleiben von Rabattaktionen im Handel in 2014.

In Litauen hingegen stieg die Bierproduktion um 9,9 % in 2014. Dieses Wachstum ist besonders auf die Verlagerung der Produktion der Brauerei Aldaris aus Lettland zurückzuführen.

Preiskämpfe am litauischen Biermarkt begannen schon 2008/2009 zu Beginn der Wirtschaftskrise und der damit einsetzenden Rezession und dauern bis jetzt an. Nichtsdestotrotz zeigt die Industrie ihre Offenheit für Neuerungen und Entwicklungen. Dementsprechend gab es in 2014 und 2015 neue Produkteinführungen, die zu einem starken Verkaufsanstieg führten. Der

⁵⁰ The baltic course: Beer production down in Latvia. <http://www.baltic-course.com/eng/analytics/?doc=115416>. (21.12.2015).

größte Marktspieler, Švyturys-Utenos alus, konnte sein Produktionsvolumen in 2015 um 2 % steigern und erreichte einen Marktanteil von nun 40 %, was seine Marktführerschaft stärkte.⁵¹

5.1.2 Konsum (Bier)

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Bier in Lettland und Estland ist weitgehend konstant und beträgt ca. 70-80 l pro Jahr. In Litauen hingegen ist der Konsum deutlich höher und beträgt 95 l in 2014. Somit ist das Pro-Kopf-Volumen in allen drei baltischen Ländern deutlich geringer als in den führenden Biertrinker-Nationen (wie z. B. in Deutschland mit 107 l und in der Tschechischen Republik mit 144 l). Allerdings ist dieser Wert immer noch sehr viel höher als in südeuropäischen Ländern wie z. B. Italien, Frankreich und Griechenland, wo der Pro-Kopf-Konsum zwischen 30 und 40 l liegt.

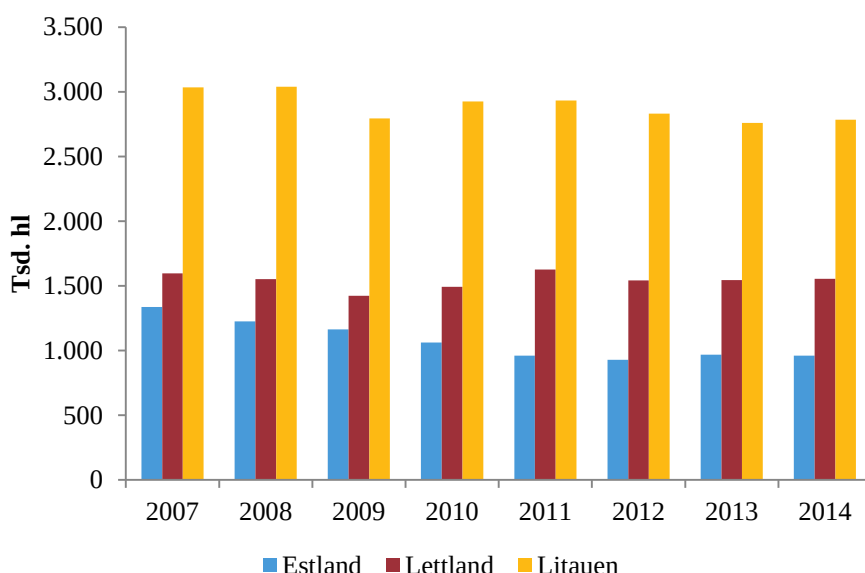


Abbildung 46 Bierkonsum in den drei baltischen Ländern (2007-2014)

Quelle: The Brewers of Europe.

Es wird erwartet, dass das Volumen an verkauftem Bier in allen drei baltischen Ländern konstant bleibt oder kaum zurückgehen wird (weniger als 1-2 %), während der Marktwert allerdings steigt. Dies liegt vor allem daran, dass die Konsumenten voraussichtlich vermehrt zu teureren Biersorten wechseln werden.

Der Biermarkt in Estland wird besonders von „Mainstream“-Marken (56 % Marktanteil) dominiert. Craft Biere haben einen geringen Anteil, wobei deren Anteil kontinuierlich steigt. In Lettland ist der „Mainstream“-Anteil deutlich geringer (lediglich bei 27 %), während low-end sowie Craft Biere wesentlich beliebter sind (40 % bzw. 18 % Marktanteil). Es gibt den deutli-

⁵¹ Vakarų ekspresas: Auganti rinka skatina plėstis. <http://www.ve.lt/naujienos/ekonomika/ekonomikos-naujienos/auganti-rinka-skatina-plestis-1378678/> (21.12.2015)

chen Trend dahin, dass der Anteil von low-end-Bieren zurückgeht, während der von „Mainstream“-Bieren und Craft Bieren wächst. So wird für 2018 erwartet, dass Craft Biere einen Marktwert von 23 % und „Mainstream“-Biere von 35 % besitzen werden. Ein Wachstum für weitere Nischenprodukte, Premium und Craft Biere wird in Estland ebenfalls erwartet.

„Mainstream“-Biere, hierunter auch gewisse Premium, Standard aber auch low-end-Biere, dominieren den litauischen Markt. Sonstige Sorten wie Dunkelbiere, Starkbiere, Biere mit Geschmackszusatz, Craft Biere usw. haben alle nur einen geringen Marktanteil, wobei das Interesse der Konsumenten an Bieren mit Geschmackszusatz und Craft Bieren in den letzten Jahren deutlich zunahm. Starkbiere sowie mittelpreisige Lager-Biere verzeichnen hingegen einen rückläufigen Anteil. Bei den intensiven Preiskämpfen bekommen Konsumenten aktuell Premium Lager-Biere für den Preis von mittelpreisigen Lager-Bieren angeboten.

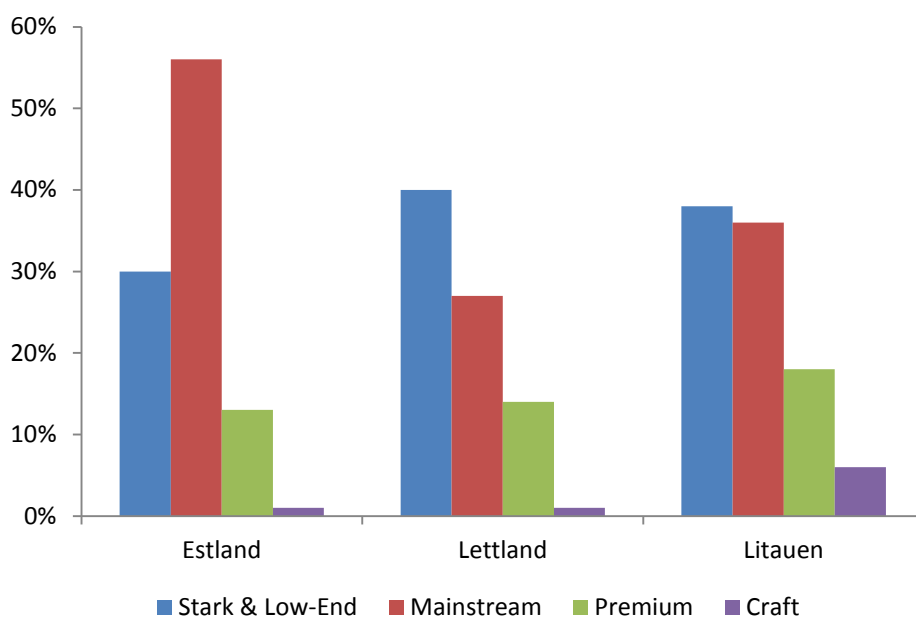


Abbildung 47: Marktanteil (wertmäßig) nach Segment (2016)

Quelle: Aldaris. www.aldaris.lv. (21.12.2015).

Das Markenimage und die Produktqualität werden weitgehend verwendet, um die Gunst der Käufer im Baltikum zu gewinnen. Die Marktführer haben inzwischen starke Marken aufgebaut, auch wenn diese von einigen Biertrinkern als „Industriebiere“ betrachtet werden. Attraktive Preise sind notwendig, reichen allerdings mittlerweile nicht aus, um den Umsatz zu steigern, falls der Konsument die Qualität und den Geschmack des jeweiligen Produktes nicht schätzt. Eine weitere Tendenz ist, dass Personen mit höheren Einkommen in Litauen ihre Präferenzen hin zu Craft Bieren verändern.

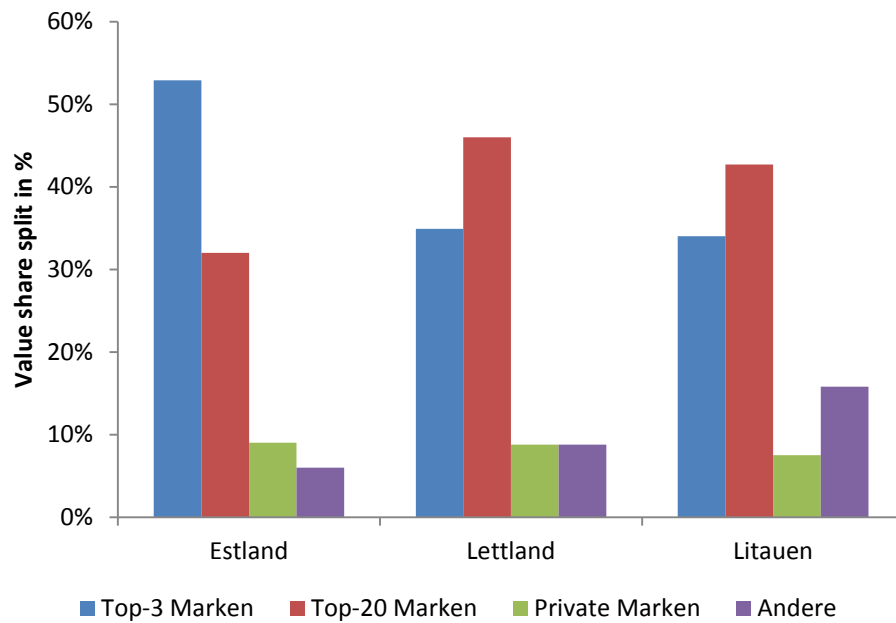


Abbildung 48: Marktanteil (wertmäßig) der Top-Marken (2014)

Quelle: Aldaris.

Der größte Anteil an Bier in den baltischen Ländern wird über den off-trade Handel umgesetzt. Der on-trade Handel ist stabil, aber mit 10 % sehr gering. Allerdings, zusammen mit dem steigenden Einkommen wird erwartet, dass der on-trade Anteil in der Zukunft steigt und mehr Konsumenten ihr Bier in Bars und Restaurants genießen.

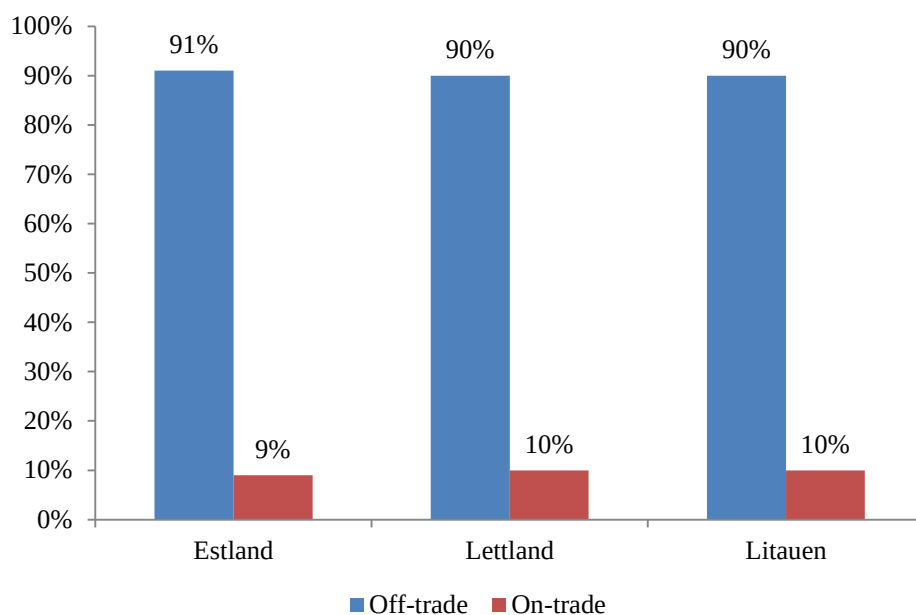


Abbildung 49: On-trade versus off-trade Verkauf (volumenmäßig 2014)

Quelle: The Brewers of Europe.

Die Rolle von Mikrobrauereien wächst in allen drei Ländern. Die Anzahl in Estland stieg von 7 auf 12 (2013-2014), in Lettland von 20 auf 26 (2013-2014) und in Litauen von 30 auf 32 (2013 zu 2014). Der Marktanteil dieser Mikrobrauereien am Biermarkt liegt allerdings im einstelligen Bereich und ist damit sehr gering.

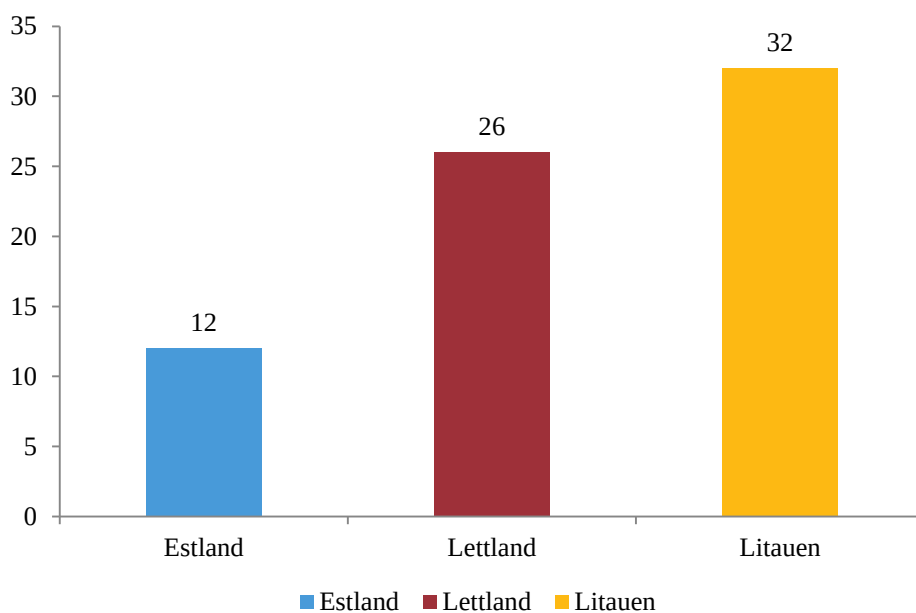


Abbildung 50: Anzahl der Mikrobrauereien 2014

Quelle: The Brewers of Europe.

5.1.3 Import und Export (Bier)

Der Import von Bier nach Lettland nahm zuletzt zu. Er wuchs von 306 Tsd. hl in 2007 auf mehr als 800 Tsd. hl in 2014. Dies entspricht einem jährlichen Wachstum von 14,7 % in dieser Periode. Allerdings ist dieses große jährliche Wachstum auch zurückzuführen auf den dramatischen Anstieg von Bierimporten von 80 % in 2014. Signifikante Rückgänge der lokalen Produktion nach der Verlagerung von Aldaris aus Lettland sind ebenfalls für diese deutliche Veränderung verantwortlich.

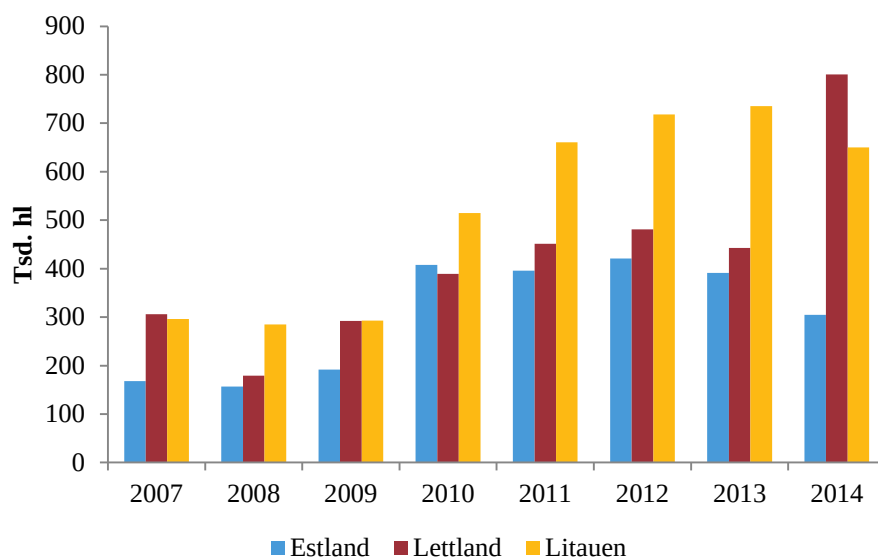


Abbildung 51: Bierimport in die drei baltischen Länder (2007-2014)

Quelle: Comtrade.

Der Import nach Estland ging in den Jahren 2012-2014 zurück. In 2014 umfasste er bescheidene 305 Tsd. hl (dies ist 2,6-mal weniger wie das lettische Importvolumen, während 2010 beide noch ein identisches Volumen hatten). Das konstante Wachstum der lokalen Bierproduktionskapazität und der Rückgang des Bierkonsums durch finnische Touristen sind Ursachen für diesen Trend.

In 2014 importierte Litauen das erste Mal überhaupt 11 % weniger Bier und erreichte nur noch ein Volumen von 650 Tsd. hl. Der größte Import wurde laut Comtrade 2010 registriert, als der Import um 75 % anstieg.

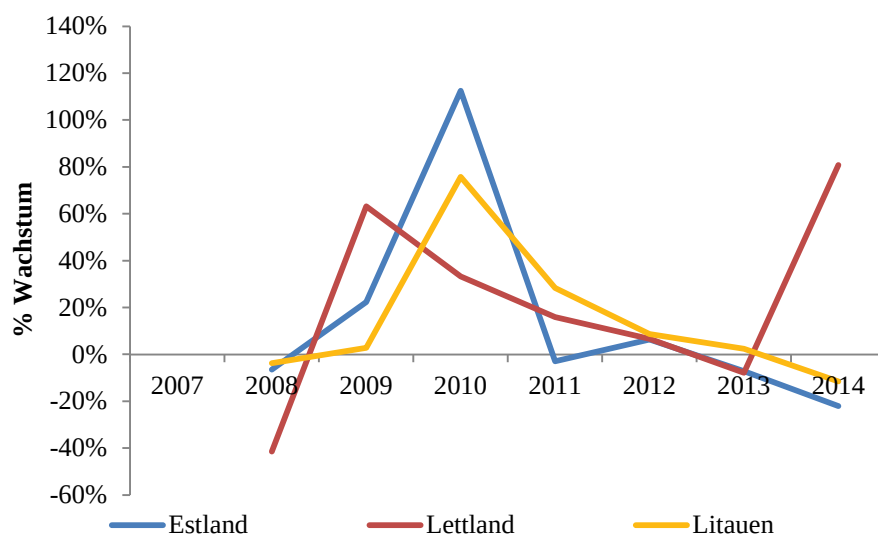


Abbildung 52: Wachstum Bierimport in die drei baltischen Länder (2007-2014)

Quelle: Comtrade.

Litauen ist mit einem Anteil von 48 % nach Lettland und 17 % nach Estland der Hauptbierexporteur in die anderen beiden baltischen Länder. Die starke Bierindustrie von Carlsberg (Švyturys-Utenos alus) und Olvi Oyj (Volfas Engelman) sind hierfür die Ursache. Auf der anderen Seite ist Belarus Großimporteur von litauischen Bieren mit einem Gesamtimport von 37 % in 2014. Es handelte sich allerdings vor allem um Biere der billigsten Kategorie und Eigenmarken.

Estland		Lettland		Litauen	
Finnland	33 %	Litauen	48 %	Belarus	37 %
Litauen	17 %	Estland	39 %	Lettland	20 %
Mexiko	10 %	Russland	3 %	Deutschland	10 %
Deutschland	8 %	Deutschland	2 %	Ukraine	6 %
Russland	7 %	Tschechische Republik	2 %	Niederlande	5 %

Tabelle 14: Ursprungsländer der baltischen Bierimporte in Volumenanteilen in 2014

Quelle: Comtrade.

Deutschland gehört zu den Ländern, das die größte Menge an Bier in die baltischen Länder liefern. 10 % des importierten Biers in Litauen und 8 % in Estland haben ihren Ursprung in Deutschland. Die aus Deutschland importierten Biere gehören zu unterschiedlichsten Sorten, angefangen beim billigen Lager-Bier für den Einzelhandel bis hin zu hochpreisigen Bieren für die Gastronomie.

Der Bierexport aus Estland übersteigt den Import deutlich und ist höher als in Lettland. In 2014 wurden 207 Tsd. hl Bier aus Lettland exportiert, während die Exporte aus Estland 601 Tsd. hl betrugen.

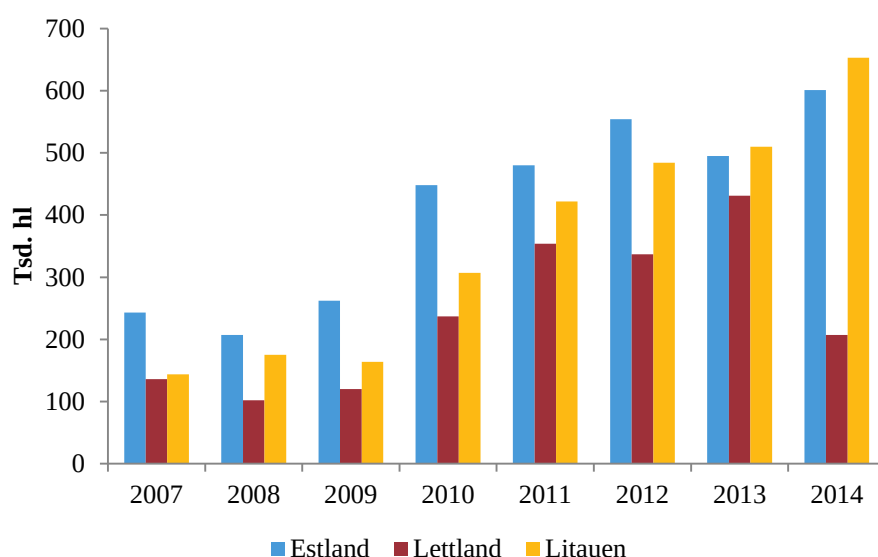


Abbildung 53: Bierexport aus den drei baltischen Ländern (2007-2014)

Quelle: Comtrade.

Der estnische Bierexport wuchs in den Jahren 2009-2014 hauptsächlich wegen der Nähe zum finnischen Markt, während die Exporte aus Lettland dramatisch um 52 % zurückgingen. Dies ist ebenfalls auf die Verlagerung der Produktion von Aldaris zurückzuführen, allerdings ebenfalls auf die Wirtschaftskrise in Russland.

Litauen ist der größte Bierexporteur unter den baltischen Ländern. Die litauische Bierexportära fing in 2010 an, wo der Export um 87 % zunahm und seitdem immer weiter zunimmt. Das niedrigste Exportwachstum wurde 2013 mit lediglich 5,4 % registriert. In 2014 betrug es allerdings schon wieder 28 %. Die litauische Bierimport- und exportmenge in 2014 war annähernd gleich, während in 2013 das Importvolumen deutlich über dem Exportvolumen lag.

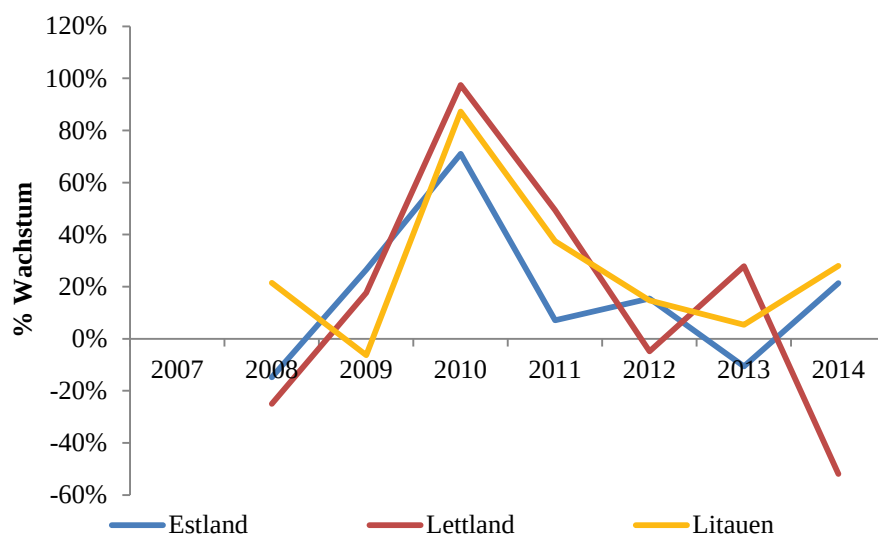


Abbildung 54: Wachstum Bierexport aus den drei baltischen Ländern (2007-2014)

Quelle: Comtrade.

Die Produktionskapazitäten der Brauereigruppen Carlsberg und Olvi Oyj führen dazu, dass die Bierimporte und -exporte in den baltischen Ländern florieren.

Deutschland gehört zu den Top-5 Exportzielen für lettische und estnische Biere, obwohl der Volumenanteil mit 3 % für Lettland und 2 % für Estland sehr gering ist.

Estland		Lettland		Litauen	
Lettland	49 %	Litauen	70 %	Lettland	60 %
Polen	24 %	Estland	8 %	Estland	11 %
Finnland	14 %	Deutschland	3 %	Russland	8 %
Dänemark	3 %	Vereinigtes Königreich	3 %	Polen	6 %
Deutschland	2 %	Belarus	3 %	Schweden	2 %

Tabelle 15: Zielländer des baltischen Bierexports in Volumenanteilen in 2014

Quelle: Comtrade.

5.1.4 Prognose (Bier)

Es wird erwartet, dass der estnische Bierkonsum bis 2020 stagniert. Einerseits wird der Bierkonsum durch Erhöhung der Verbrauchssteuer auf Bier, die bis 2018 kontinuierlich ansteigen wird, erschwert. Andererseits will die estnische Regierung den „Alkoholtourismus“ einschränken.

Die Marktveränderungen in Richtung Premium Bier und Craft Bier bieten internationalen Mitbewerbern einige Einstiegschancen, die ein ausgewogenes Produktportfolio mitbringen. Das Volumensegment in Estland wird von lokalen Akteuren dominiert. Marktanteile können nur durch langfristige intensive Preiskämpfe erobert werden.

Für den lettischen Biermarkt wird ein moderates Entwicklungsszenario erwartet. Der Pro-Kopf-Verbrauch wird sich voraussichtlich nicht signifikant verändern. Ähnlich wie in Estland wird eine Verschiebung in Richtung-Premium Bier und Craft-Bier erwartet. Dies wird das Marktvolumen konstant halten, aber zu einer Steigerung des Marktwertes führen. Dies wiederum bietet Möglichkeiten für neue Mitbewerber. Dennoch wird erwartet, dass das Niedrigpreissegment weiterhin einen Hauptteil des Markts bilden wird. In diesem Segment wird der Marktanteil lediglich durch Rabatte bestimmt.

Außergewöhnlich warme Sommerperioden in Litauen sind wahrscheinlich die einzigen Faktoren, die zu einer Steigerung des Bierkonsums in den kommenden Jahren führen können. Allerdings führt dies zwangsläufig zu Enttäuschungen im darauf folgenden Jahr, wenn der Sommer wieder moderater ausfällt. So liegt der Entwicklungsfokus aktuell auf der höheren Wertigkeit und weiteren Konsumententrends wie Gesundheit und Wellness. Die Premiumisierung wird dies auch im Biermarkt unterstreichen.

Laut Handelsquellen werden „Rabattschlachten“ nicht das geeignete Mittel für den Gewinn von Marktanteilen sein, sondern ein permanentes Phänomen sein, um die Marktanteile zu halten. Dennoch ist zu erwarten, dass die Preise pro Einheit steigen, weil sowohl die Premiumprodukte als auch die Craft-Biere an Beliebtheit gewinnen. Die Beliebtheit von Craft-Bier ist aktuell schon erkennbar und so müssen weitere Marktbewegungen in diesem Bereich erwartet werden. Švyturys-Utenos alus, die erste Brauerei in diesem Marktsegment in Litauen, wird allerdings nicht die letzte sein. Auch wenn die anderen Brauereien angeben, aktuell keine konkreten Pläne für den Einstieg in das Craft-Bier-Segment zu haben.

5.1.5 Rechtliche Bestimmungen (Bier)

Die rechtlichen Bestimmungen in Bezug auf Steuern, Import, Verkauf, Werbung sowie Verpackung und Pfand zeigt Abschnitt 4 auf.

5.2 Alkoholische Getränke – Wein

Neben dem Markt für Bier ist auch der Weinmarkt für weitere Betrachtungen interessant. Hierbei wird nicht nur der Markt für Wein, welcher aus den Früchten der Weinrebe stammt, betrachtet, sondern auch der Markt für Obst- und Beerenweine, welcher teilweise stark in der Tradition der Länder verwurzelt ist.

SWOT-Analyse Wein

Stärken

- wachsende Beliebtheit von Wein in allen drei baltischen Ländern
- wachsende Beliebtheit durch Gesundheits- und Wellnesstrends
- bereits vollzogene Etablierung Deutschlands als Lieferant für Wein (Litauen – 7 %; Lettland 5 %).

Schwächen

- geringe Konsummenge im Vergleich zu anderen Ländern (Italien, Frankreich, ...)
- geringe Kaufkraft bei Mehrheit der Verbraucher, hohe Kaufkraft lediglich in wichtigen Städten
- Prägung der Konsumpräferenzen durch die Sowjetzeit (süße Weine, niedrige Qualität)

Chancen

- wachsende Kaufkraft
- guter Ruf deutscher Weine, besonders Riesling
- Steigerung der Nachfrage nach Wein als Folge wachsender Verbraucherkenntnisse

Risiken

- mögliche Schwächung der Nachfrage als Folge potenzieller Wirtschaftsrezessionen
- mögliche Fokussierung auf Weine des niedrigen und mittleren Preissegmentes als Folge geringer Weinkenntnisse

5.2.1 Produktion (Wein)

Die baltischen Länder gehören allgemein betrachtet nicht zu den bekannten Weinanbauregionen der Welt. Dies liegt vor allem am dortigen Klima, das für Weinreben nicht günstig ist. Daher werden die meisten lokal produzierten Weine sowie Schaumweine aus Rohstoffen hergestellt, die zuvor importiert wurden. Allerdings gibt es laut Guinnessbuch der Rekorde, das nördlichste Weingut im lettischen Sable. Dies ist allerdings nur eine Ausnahme und besondere Kuriosität und kann nicht als Standard für die Weinproduktion im baltischen Raum gesehen werden.

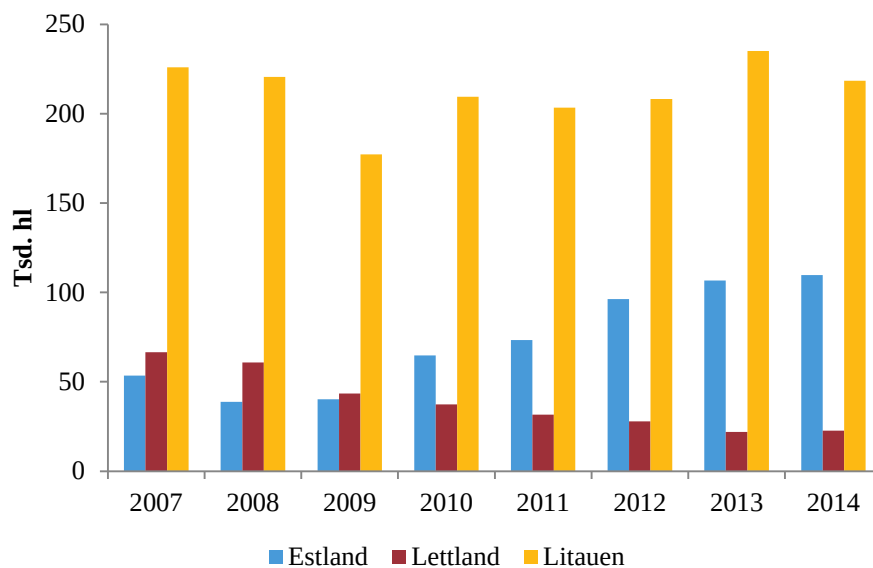


Abbildung 55: Weinproduktion in den baltischen Ländern (2007-2014)

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Finanzministerium Lettland und Statistikamt Litauen.⁵²

Die einzige wirkliche Ausnahme davon sind Weine auf Basis von Obst und Beeren, da diese lokal angebaut werden können. Dieser Anbau findet oft auf sehr kleinen Flächen statt, die nicht unbedingt professionell bewirtschaftet werden. Die Mehrheit solcher speziellen Weine ist allerdings von geringerer Qualität und im unteren low-end-Bereich der alkoholischen Getränke angesiedelt. Gleichzeitig gibt es einige Hersteller, die eine höhere Qualität erreichen wie etwa die Marke Voruta aus Litauen.

Das Produktionsvolumen aller drei Weinarten, unabhängig davon, ob sie aus lokal angebauten oder importierten Rohstoffen hergestellt werden, ist in allen Ländern groß. Die Mehrzahl wird allerdings auch lokal konsumiert. Nur Schaumweine werden zu einem Teil exportiert.

⁵² Daten für Estland sind eine Schätzung, weil die Daten noch nicht öffentlich vorliegen.



Abbildung 56: Wachstum Weinproduktion in den baltischen Ländern (2007-2014)

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Finanzministerium Lettland und Statistikamt Litauen.⁵³

Estland produziert in der Gesamtkategorie Wein rund fünfmal so viel wie Lettland (11 Tsd. hl zu 2,3 Tsd. hl pro Jahr). Allerdings sind dies in Estland fast ausschließlich nur Weine aus Obst und Beeren. Lettland hingegen produziert einen größeren Anteil an Schaumweinen, die auf importierten Rohstoffen basieren. Latvijas Balzams ist hierbei einer der größten Hersteller.

Litauen hat die meistdiversifizierte und bestentwickelte Weinindustrie mit einer Produktionsmenge von 21,8 Tsd. hl in 2014. Jedoch machen Frucht- oder Beerenweine hier einen Anteil von 70 % aus. Der wichtigste Produzent dieser Sorte ist Anykščių Vynas. Die restlichen 30 % sind Weine sowie Schaumweine, die aus importierten Rohstoffen hergestellt werden. Hiervon sind wiederum 20 % Schaumweine, vorwiegend von den Herstellern Alita und Boslita, und weitere 7 % entfallen auf Wein und Wermut.

Weine aus klassischen Weinanbaugebieten besitzen unter den baltischen Konsumenten eine große Beliebtheit. Dies liegt einerseits an der geschichtsträchtigen Bekanntheit und an dem aus Sicht der Verbraucher guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Allerdings gibt es ein wachsendes Angebot aus den neuen Weinanbauregionen wie z. B. Chile und Australien.

5.2.2 Konsum (Wein)

Historisch gesehen ist der Weinkonsum nicht besonders stark ausgeprägt. Dies hängt vor allem direkt mit dem schlechten Weinangebot während der Sowjetzeit und den damit gelernten Konsumpräferenzen zusammen. Damals kamen die Weine aus der südlichen Sowjetunion oder anderen sozialistischen Ostblockländern wie z. B. Bulgarien. Diese Weine waren vorwie-

⁵³ Daten für Estland sind eine Schätzung, weil die Daten noch nicht öffentlich vorliegen.

gend süß und von geringerer Qualität. Daher entwickelte sich erst nach der Unabhängigkeit eine Vorliebe für trockene bzw. hochwertigere Weine, die bisher nicht importiert werden konnten. Erst seit der Unabhängigkeit können diese Weine aus West-Europa und dem Rest der Welt importiert werden.

Ein Trend der letzten Jahre ist in allen drei Ländern, dass die Beliebtheit von Wein allgemein stark zunimmt. Weine werden insbesondere bei den jüngeren Altersgruppen und denen mit mittlerem bis höherem Einkommen beliebter. Obwohl konsistente Statistiken für den Konsum in den baltischen Ländern fehlen, gehen Schätzungen auf Grundlage von lokaler Produktion sowie Im- und Export hiervon aus.

Der Konsum von Wein, unabhängig von der Sorte, ist in Estland am höchsten, mit mehr als 16 l pro Kopf in 2014. Litauen folgt mit 13 l und der geringste Pro-Kopf-Verbrauch konnte mit lediglich 4 l für Lettland ermittelt werden. Zum Vergleich: der Pro-Kopf-Verbrauch in Frankreich bzw. Italien liegt bei über 40 l.

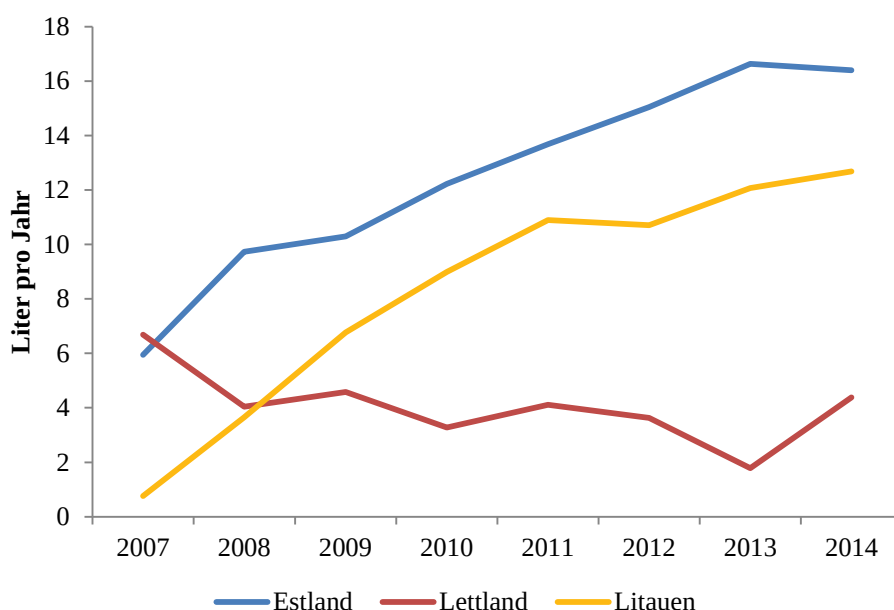


Abbildung 57: Weinkonsum der drei baltischen Länder (2007-2014)

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Finanzministerium Lettland, Statistikamt Litauen und Comtrade.⁵⁴

5.2.3 Import und Export (Wein)

Der größte Teil des Weinkonsums wird durch Importe gedeckt. 2014 importierte Lettland 307 Tsd. hl, Estland 240 Tsd. hl und Litauen am meisten mit 1.164 Tsd. hl. Bemerkenswert ist

⁵⁴ Daten für Estland sind eine Schätzung, weil die Daten noch nicht öffentlich vorliegen.

der dramatische Zuwachs von 68 % in Lettland. Allerdings birgt der lettische Markt Risiken, da er aufgrund der Tatsache, dass große Mengen des Importes wieder re-exportiert werden, recht unbeständig ist.

Die estnischen und litauischen Importe sind aufgrund des steigenden lokalen Konsums von Wein weniger volatil.

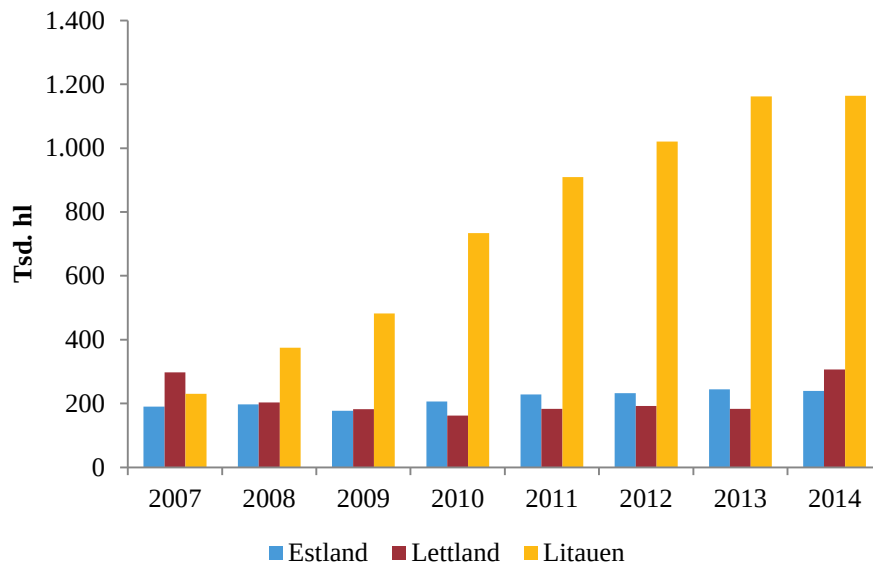


Abbildung 58: Import von Wein in die baltischen Länder

Quelle: Comtrade.

Die Ursprungsländer der importierten Weine sind weit gefächert. Die größten innereuropäischen Exporteure ins Baltikum sind Frankreich, Italien und Spanien. Weitere Weine, die auch auf den baltischen Märkten vermarktet werden, kommen aus Chile, Südafrika und Ungarn.

Laut Comtrade-Daten ist Spanien mit 22 % der größte Exporteur nach Estland, gefolgt von Italien mit 16 % und Chile mit 13 %. Andere Herkunftsländer sind Frankreich, Ungarn und Australien.

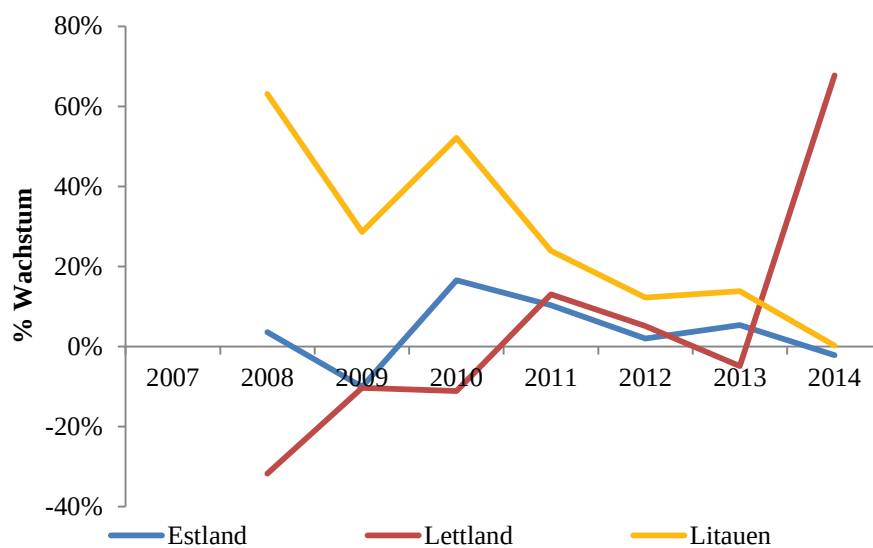


Abbildung 59: Wachstum Import von Wein in die baltischen Länder

Quelle: Comtrade.

Deutschland ist ein wesentlicher Weinexporteur für Litauen und Lettland, wo deutscher Wein ein Importvolumen von 7 % bzw. 5 % des Gesamtvolumens ausmacht. Traditionell ist Deutschland für seinen Riesling in allen drei Ländern bekannt.

Lettland importiert mit 50 % Volumen den größten Anteil aus Italien, gefolgt von 16 % aus Spanien und Frankreich mit 5 %. Andere Länder mit geringerem Volumen sind Estland, Litauen, Chile und Georgien.

Die wichtigsten Weinexporteure nach Litauen sind Frankreich mit 29 %, Spanien und Italien mit jeweils 27 %. Ungarn, Moldawien und Chile sind weitere Länder mit allerdings geringer Bedeutung.

Estland		Lettland		Litauen	
Spanien	22 %	Italien	50 %	Frankreich	29 %
Italien	16 %	Spanien	16 %	Italien	27 %
Chile	13 %	Frankreich	6 %	Spanien	27 %
Frankreich	12 %	Estland	5 %	Deutschland	7 %
Südafrika	7 %	Deutschland	5 %	Ungarn	4 %

Tabelle 16: Ursprungsländer der baltischen Weinimporte in Volumenanteilen 2014

Quelle: Comtrade.

Der Weinexport von Lettland ist wesentlich höher als der Estnische (22,1 Tsd. hl zu 4,1 Tsd. hl in 2014). Der lettische Weinexport hat sich in der Periode 2011-2014 annähernd verdoppelt, vor allem wegen der Nachfrage aus Russland. Im Gegensatz dazu ist der estnische Weinexport wegen der geringeren Nachfrage aus Finnland um 30 % zurückgegangen.

Litauen ist der größte Exporteur unter den baltischen Ländern mit einem Volumen von 81,3 Tsd. hl in 2014. Es wird jedoch erwartet, dass aufgrund der Wirtschaftskrise in Russland das Exportvolumen spürbar zurückgeht.

Estland		Lettland		Litauen	
Finnland	37,0 %	Russland	87,9 %	Russland	96,4 %
Lettland	34,1 %	Belarus	4,5 %	Belarus	1,3 %
Russland	14,7 %	Estland	3,2 %	Lettland	1,2 %
Litauen	13,0 %	Litauen	1,6 %	Estland	0,6 %
Schweden	0,3 %	Kasachstan	1,2 %	Kasachstan	0,2 %

Tabelle 17: Zielländer der baltischen Weinexporte in Volumenanteilen 2014

Quelle: Comtrade.

Sollten die politischen Spannungen zwischen der Europäischen Union und Russland weiter anhalten, könnte dies zu weiteren Restriktionen für den Warenaustausch europäischer Produkte nach Russland führen, obwohl dies bisher aus Russland verneint wird.⁵⁵

55 TVR: Landwirtschaftsministerium: Russland ist nicht bereit, ein Embargo für Wein und Schokolade einzuführen. <http://www.tvc.ru/news/show/id/71313> (23.12.2015).

Der Weinexport aus den baltischen Ländern nach Deutschland ist fast zu vernachlässigen. Nur Lettland verzeichnet eine geringfügige Weinausfuhr mit einem geschätzten Volumen von 30 Tsd. l in 2014.

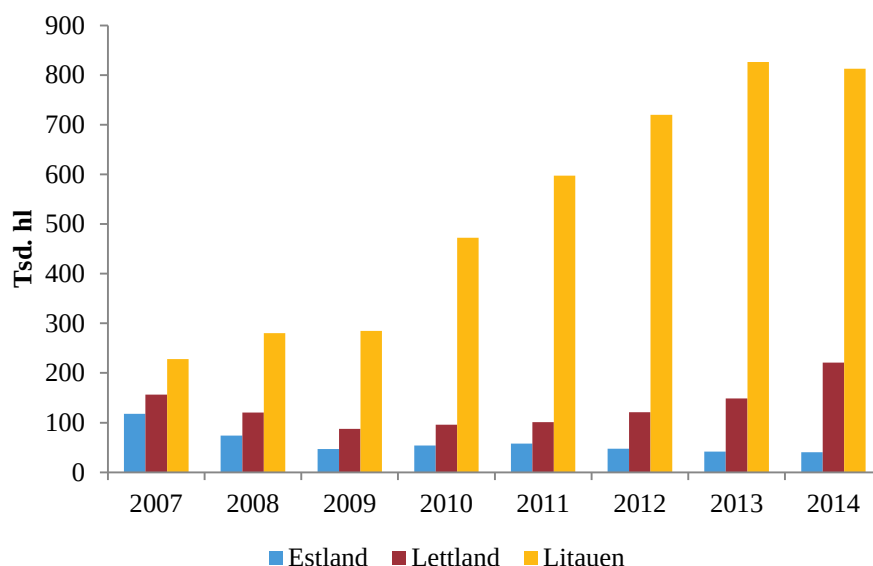


Abbildung 60: Export von Wein in die baltischen Länder

Quelle: Comtrade.

In Estland nimmt die Beliebtheit von Wein vor dem Hintergrund zu, dass das verfügbare Einkommen zunimmt und dass eine kontinuierlich zunehmende Tendenz in Richtung gesünderer alkoholischer Getränke zu beobachten ist. Ferner ist das Trinken von Wein in Estland mit Prestige verbunden. Dennoch sind die meisten estnischen Verbraucher nicht bereit, vollmundigere, komplexere bzw. „reichhaltigere“ Weine zu kaufen. Stattdessen suchen die meisten Verbraucher nach leichten Weinen des niedrigen bzw. mittleren Preissegments. Die Nachfrage nach Weißwein und Rosé übersteigt aktuell immer noch die Nachfrage nach Rotwein.

Aufgrund der Markenvielfältigkeit ist der Markt sehr fragmentiert und es ist kein deutlich erkennbarer Marktführer zu ermitteln. Die beliebtesten Marken kommen aus bekannten Weinregionen, gehören der unteren Preisklasse an und sind leicht bekömmlich. Einige der beliebtesten Marken sind Dreamer aus Rumänien, Torres und Gran Castillo aus Spanien, Gato Negro und Fine Chile aus Chile, Teliani Valley und Old Tbilisi aus Georgien sowie J.P. Chenet, Hardy's aus Australien und Yellow Tail aus Frankreich.



Abbildung 61: Wachstum Export von Wein aus den baltischen Ländern

Quelle: Comtrade.

Die beliebtesten Schaumweinmarken sind die ungarische Törley und der spanische Freixenet. Die führenden Weinhändler sind Prike, Dunker Estonia und Tridens. Eine bemerkenswerte Auswahl wird auch durch die lokalen Spirituosenhersteller Liviko und Altia Eesti vermarktet.

Ausländische Weinmarken dominieren auch den lettischen Markt. Die überwiegende Menge der Weine kommt aus Frankreich, Italien oder Chile. Im Bereich Schaumwein gibt es allerdings einen starken lokalen Anbieter. Latvijas Balzams ist ein lokaler lettischer Weinproduzent, der wegen seiner langen Geschichte und einer breiten Produktpalette einen loyalen Kundenstamm aufbauen konnte.

Einige der nachgefragtesten Marken von Latvijas Balzams ist Rīgas šampanietis, was es in fünf verschiedenen Geschmacksrichtungen gibt, sowie Cosmopolitan Diva und Sovetskoye Shampanskoye, die auch in fünf verschiedenen Geschmacksrichtungen (halbtrocken, süß, muskat, rosé und rot), angeboten werden.⁵⁶

Der Markt erlebt allerdings in den letzten Jahren einen verstärkten Wettbewerb durch ausländische Wettbewerber aus dem Bereich Schaumwein wie z. B. Boslita Ir Ko mit ihrem Produkt Bosca - ein ziemlich beliebtes lettisches Weinprodukt. Auf Rang zwei wäre Alita zu erwähnen, die Schaumweine anbieten, die an Beliebtheit zunehmen, obwohl die Produkte höherpreisig sind, sodass die Nachfrage noch begrenzt ist.

⁵⁶ Euromonitor: Wein in Lettland. <http://www.euromonitor.com/wine-in-latvia/report> und <http://www.lb.lv> (23.12.2015).

Eine Besonderheit in Litauen ist, dass sich Unternehmen, die Wein vertreiben sehr stark spezialisieren, sodass die meisten nur ein oder zwei Kategorien anbieten. In Bereich leichter Weine sind die zwei Hauptimporteure Bennet Distributors und Mineraliniai Vandenys, welche ein gutes Vertriebsnetzwerk mit dem Einzelhandel besitzen. Die Übernahme von Alita durch Mineraliniai Vandenys wird diese Marktposition weiter stärken.

Im Bereich Schaumweine wird der Markt durch lokale Produzenten dominiert, die es bis jetzt geschafft haben, Kunden durch erschwingliche Preise zu binden. Alita ist hier der Marktführer, aber auch Italiana LT und Boslita sind stark positioniert.

Im Bereich der Weine, die nicht von Früchten der Weinrebe stammen, können Produzenten lediglich durch eine Kombination von großem Volumen und niedrigen Preisen bzw. geringen Margen überleben. In diesem Bereich ist Anykščių vynos Marktführer, wobei Italiana LT ebenfalls einen großen Marktanteil besitzt.

Seit 2014 konnten viele verschiedene neue Trends beobachtet werden. Die meisten Sektoren konnten, obwohl die Verbrauchersteuersätze erhöht wurden, ein Wachstum verzeichnen. Vermehrte Kenntnisse über Wein bei den Verbrauchern, u. a. durch Urlaubsreisen ins Ausland oder Weinschulen, unterstützten dieses Wachstum. Ebenfalls hat der Weinmarkt Konsumenten aus anderen Kategorien gewinnen können, die bisher andere alkoholische Getränke wie Cidre, Ready-to-Drink (RTD) und hochprozentige Premixgetränke konsumierten. Zudem haben Händler und Importeure durch Rabattaktionen dieses Wachstum gefördert.⁵⁷

5.2.4 Prognosen (Wein)

Es wird erwartet, dass der Konsum von importierten Weinen in allen drei baltischen Ländern in der Zukunft zunimmt. Zusammen mit dem wachsenden Einkommen der Verbraucher werden diese sich auch für Produkte höherer Qualität wie auch teurere Weine entscheiden. Ferner wird erwartet, dass dieser Trend die Verlangsamung des Volumenwachstums kompensiert. In Folge dessen wird erwartet, dass Wein eine jährliche Volumenswachstumsrate von 2 % im Prognosezeitraum erreicht. Die anhaltende allmähliche Verlagerung der Verbraucherpräferenzen in Richtung Wein trieb das Wachstum 2014 voran. Aufgrund verschiedener Marketingaktivitäten wie zum Beispiel Weinschulen und neue Produktentwicklungen wird das Interesse an Wein voraussichtlich weiter wachsen.⁵⁸

Die Verbraucherpräferenzen im Bereich alkoholischer Getränke in Estland und die Konsumkultur rund um Wein wird weiterhin gehobener und führt in der Prognose zu einem Gesamtvolumenwachstum. Aufgrund einer tiefverwurzelten Tradition sehen die Esten sich lieber als

⁵⁷ Euromonitor: Wein in Litauen, <http://www.euromonitor.com/wine-in-lithuania/report> (27.12.2015).

⁵⁸ Euromonitor: Wein in Lettland, <http://www.euromonitor.com/wine-in-latvia/report> (27.12.2015).

eine Bier und Wodka trinkende Nation, denn als Weintrinker. Obwohl die Haltung gegenüber dem Alkoholkonsum aufgrund von anhaltenden Gesundheitstrends dazu tendiert, dass Wodka und Bier durch Wein ersetzt werden. Wein wird oft als das am wenigsten ungesunde Alkohol-Produkt angesehen, weshalb die Esten Wein auf Kosten von anderen alkoholischen Produkten substituieren werden. Das gesunde Image von Wein wird durch die Medien (z. B. ein moderater Weinkonsum führt zur Verringerung des Krebsrisikos) unterstützt.⁵⁹

Der Konsum von Weinen, die nicht aus Früchten der Weinrebe stammen, wird in Litauen kontinuierlich zurückgehen und wahrscheinlich wird von diesem Rückgang der gesamte litauische Weinsektor profitieren. Für andere Kategorien wie z. B. leichte Weine oder Schaumweine wird erwartet, dass deren Marktanteile bis 2020 mit einer jährlichen Wachstumsrate von 4 % weiter steigen.⁶⁰

5.2.5 Rechtliche Bestimmungen (Wein)

Die rechtlichen Bestimmungen in Bezug auf Steuern, Import, Verkauf, Werbung sowie Verpackung und Pfand ist in Abschnitt 4 dargestellt.

5.3 Alkoholische Getränke – Spirituosen

Als weiterer Bestandteil der baltischen Getränkemarkte haben Spirituosen für viele Verbraucher der baltischen Länder eine besondere Bedeutung. Diese wird in den folgenden Abschnitten vorgestellt.

SWOT-Analyse Spirituosen

Stärken

- lange Konsumtradition, vor allem bei Wodka
- hoher Konsum, besonders in Litauen
- steigende Nachfrage nach Whiskey (zu Lasten von Wodka) (Bei Whiskey wird in dieser Studie explizit nicht zwischen Whisky und Whiskey unterschieden)

Schwächen

- relativ kleiner Markt mit möglicherweise hohem Anteil illegaler Produktion
- hohe Kaufkraft ist auf Großstädte konzentriert
- sehr starke Marktposition lokaler Marken, vor allem bei Wodka
- kaum deutsche Spirituosenmarken (Ausnahme Jägermeister) auf dem Markt,
- beliebte importierte Spirituose (Whiskey) stammt vor allem aus Großbritannien, Irland und den Vereinigten Staaten

⁵⁹ Euromonitor: Wein ist Estland. <http://www.euromonitor.com/wine-in-estonia/report> (27.12.2015).

⁶⁰ Euromonitor: Wein in Litauen.

Chancen

- Guter Ruf von Jägermeister bietet gute Grundlage für andere deutschen Marken.
- Steigende Nachfrage nach „anspruchsvollen“ Getränken, wie Whisky, Brandy etc..

Risiken

- Gesundheits- und Wellnesstrends sind Gefahr für Spirituosen.
- Jüngere Verbraucher wählen eher andere alkoholische Getränke als Spirituosen (Ausnahme: Spirituosen für Cocktails).

5.3.1 Produktion (Spirituosen)

Das Trinken stärkerer alkoholischer Getränke, vorwiegend Wodka, ist in allen drei baltischen Ländern tief in den traditionellen Konsumpräferenzen verankert. Daher ist es nicht verwunderlich, dass sich in allen drei Ländern starke regionale Spirituosenhersteller entwickelten, die die regionalen Märkte mittlerweile dominieren und erfolgreich exportieren.

Die regionalen Spirituosenhersteller wie Stumbras und Vilniaus degtinė in Litauen, Latvijas Balzams in Lettland und Liviko in Estland besitzen einen Marktanteil von schätzungsweise 30-40 %. Jedoch leiden diese Spirituosenhersteller unter einer wachsenden Beliebtheit importierter und nicht traditioneller, lokal produzierter Spirituosen.

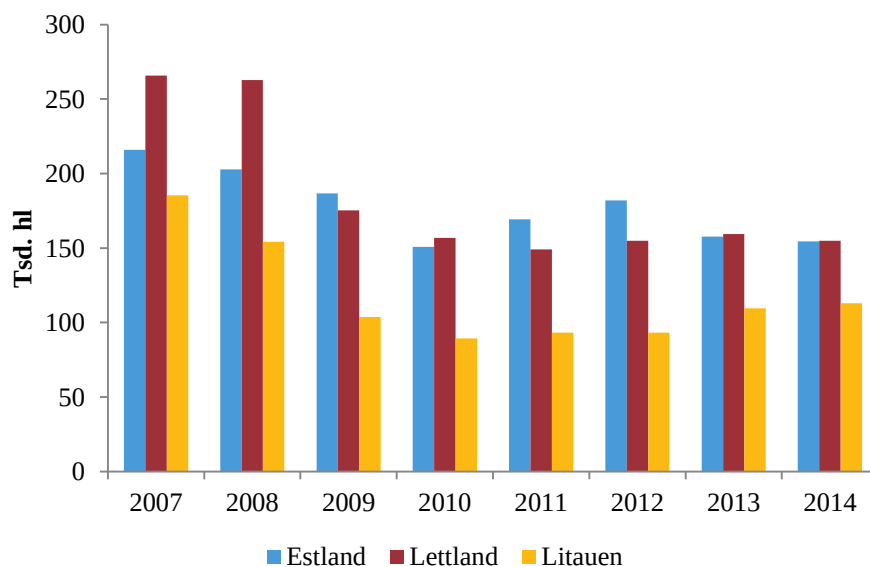


Abbildung 62: Spirituosenproduktion in den baltischen Ländern

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen.

Die wachsende Beliebtheit von Whiskey in den drei baltischen Ländern erschwert die Weiterentwicklung der lokalen Hersteller zusätzlich. Allerdings ist Whiskey, im Vergleich zu Wodka, der den Spirituosenmarkt immer noch dominiert, längst nicht so beliebt. Auf der anderen

Seite wird Wodka besonders von einer Mehrheit der älteren Verbraucher bzw. Konsumenten mit geringem Einkommen präferiert. Schaut man sich die jüngere Generation mit höherem Einkommen an, wird Wodka eher abgelehnt und stattdessen Whiskey, Wein oder Bier bevorzugt.

Lettland und Estland sind die größten Hersteller von Spirituosen im baltischen Raum mit jeweils ca. 155 Tsd. hl in 2014. Litauens Produktion liegt mit 113 Tsd. hl etwas dahinter. Auf der anderen Seite schwankt das litauische Produktionsvolumen viel weniger als das der anderen beiden Länder. Ein größerer lokaler Markt und geringerer Exportanteil sind die Ursachen für diese Stabilität.



Abbildung 63: Wachstum Spirituosenproduktion in den baltischen Ländern

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen.

5.3.2 Konsum (Spirituosen)

Weltweit gesehen hat Litauen mit 5,7 l, umgerechnet in reinen Alkohol, eine der höchsten Pro-Kopf-Verbrauchszahlen bei Spirituosen und daher auch den mit Abstand höchsten Verbrauch unter den baltischen Ländern.⁶¹ Estland folgt mit 4,9 l und Lettland mit 3,6 l in 2013. Allerdings können die Mengenangaben durch illegal hergestellte, bzw. geschmuggelte Spirituosen stark beeinflusst sein, für die es allerdings keine belastbaren Angaben gibt. Um dies jedoch zu unterbinden, werden diese illegalen Unternehmungen seit 2014 von den Behörden stärker kontrolliert.

⁶¹ Daten nur bis 2013 zugänglich.

Estland notiert einen moderaten Rückgang im Verkauf von Spirituosen, welcher wahrscheinlich auch auf die strengeren Zollkontrollen der finnischen Regierung zurückzuführen ist. Diese Kontrollen halten einen Großteil der Finnen, die einen beachtlichen Anteil der in Estland verkauften alkoholischen Getränke erwerben, davon ab, große Mengen alkoholischer Getränke über die Grenze zu bringen.

Zusätzlich hat das wachsende Gesundheitsinteresse in Estland ebenfalls einen negativen Einfluss auf den Verkauf und führt zu einem Umschwenken von starken alkoholischen Getränken hin zu weniger starken alkoholischen Getränken.⁶²

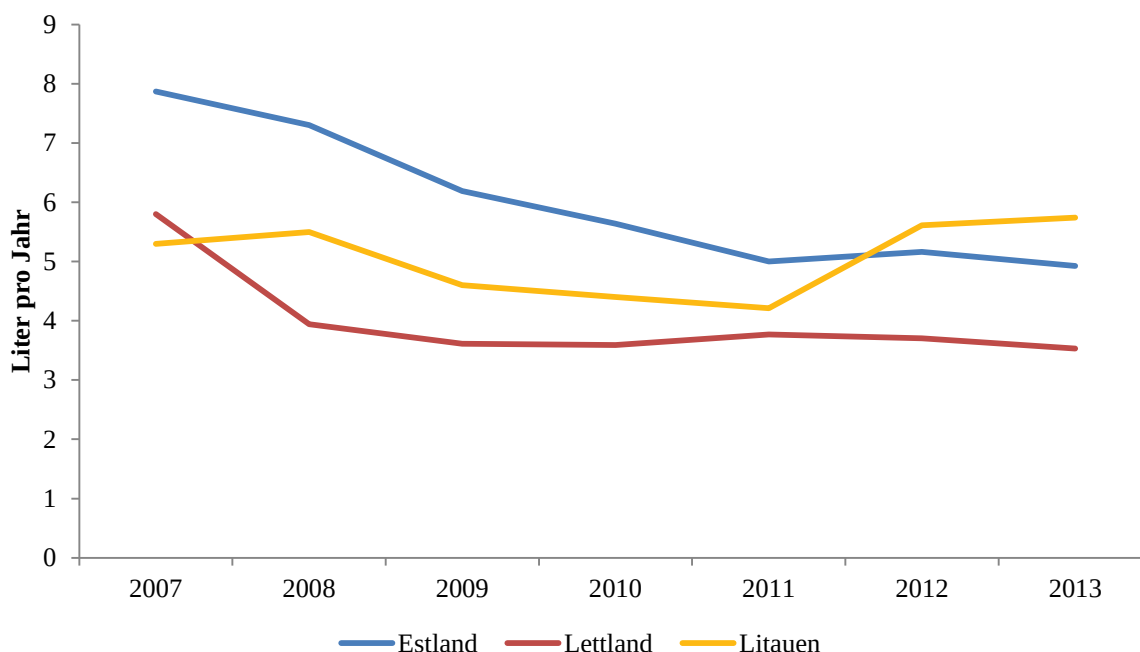


Abbildung 64: Konsum von Spirituosen in den baltischen Ländern, jährlicher Pro-Kopf-Verbrauch in reinem Alkohol.

Quelle: WHO.

2014 haben die lettischen Behörden viele illegale Verkaufsstellen alkoholischer Getränke geschlossen. Zusätzlich wurden Rekordmengen an illegal hergestellten alkoholischen Getränken an der lettischen Grenze beschlagnahmt. D. h. der reguläre Verkauf wurde gestärkt, vor allem, da ein erheblicher Marktanteil bei eben diesen illegalen Produkten lag.

Darüber hinaus hat die steigende Kaufkraft der Konsumenten einen positiven Einfluss auf den Verkauf von Spirituosen in Lettland.⁶³ Trotz all dieser Entwicklungen konnte der Konsum den vor der Krise zu beobachtenden Umfang nicht wieder erreichen.

⁶² Euromonitor: Spirituosen in Estland. www.euromonitor.com/spirits-in-estonia/report (27.12.2015).

⁶³ Euromonitor: Spirituosen in Lettland. www.euromonitor.com/spirits-in-latvia/report (27.12.2015).

In Litauen wird der Anstieg bei Spirituosen durch eine steigende Kaufkraft und das wachsende Interesse an neu zu entdeckenden Geschmackserlebnissen vorangetrieben. Die wahrscheinlich beträchtliche Größe des Schwarzmarktes hat in den letzten Jahren den regulären Markt stark beeinflusst. Allerdings treibt auch die Wirtschaftskrise die Nachfrage in den neuen Kategorien voran.⁶⁴

5.3.3 Import und Export (Spirituosen)

Die Spirituosenimporte der drei baltischen Länder betrugen in 2014 für Estland 135 Tsd. hl, für Lettland 129 Tsd. hl und für Litauen 125 Tsd. hl. Bei diesen Werten ist jedoch auf folgende Besonderheiten hinzuweisen:

In Estland sind die Spirituosenhersteller traditionell stark abhängig von den Einkäufen der kaufkräftigen finnischen Touristen. Die schon erwähnten finnischen Grenzkontrollen führen somit über alle Alkoholsorten hinweg zu großen Absatzschwierigkeiten der Hersteller.

Trotzdem ist das estnische Importvolumen nicht so schwankend wie das lettische, wo eine extrem schwankende Tendenz zu beobachten ist. In dem Zeitraum 2008-2011 zeigt sich für Lettland ein Rückgang von 211 Tsd. hl auf 77 Tsd. hl.

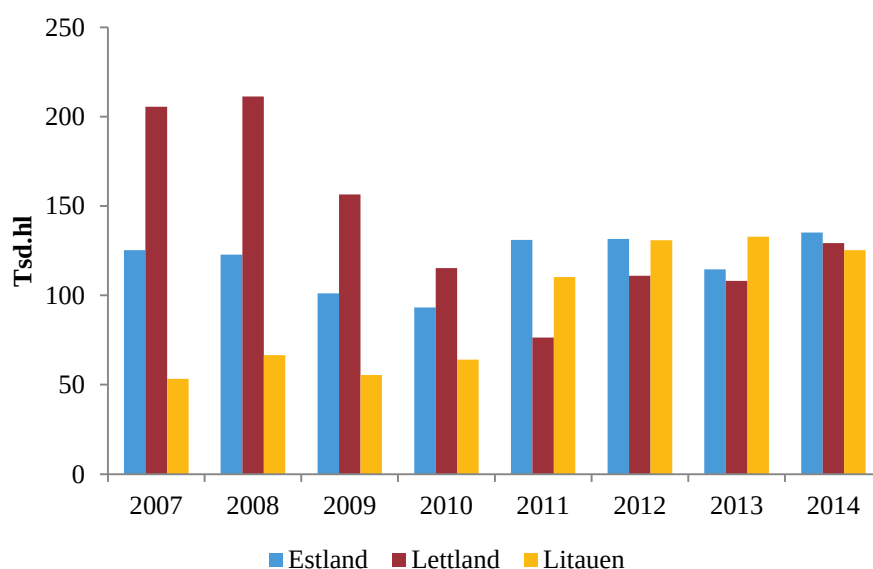


Abbildung 65: Import von Spirituosen in die baltischen Länder

Quelle: Comtrade.

⁶⁴ Euromonitor: Spirituosen in Litauen. www.euromonitor.com/spirits-in-lithuania/report. (27.12.2015).

Hintergrund hierfür ist eindeutig die Wirtschaftskrise in Lettland, mit dem größten Rückgang des BIPs unter den baltischen Ländern. Allerdings treten weitere Faktoren auf, z. B. die fallende Beliebtheit regionaler Spirituosen sowie der Exportrückgang nach Russland. Seit 2011 erholt sich das lettische Importvolumen allmählich. Jedoch werden der wirtschaftliche Abschwung in Russland, sowie dessen Handelsrestriktionen in Zukunft, den Handel weiterhin dämpfen.

Obwohl Litauen sowohl flächenmäßig als auch wirtschaftlich das größte unter den baltischen Ländern ist, meldet es die geringsten Zahlen in Bezug auf Produktion, Import und Export bei Spirituosen. Allerdings sind dies auch Indikatoren dafür, dass der Markt weniger abhängig vom Im- und Export ist und damit auch stabiler als der der beiden anderen baltischen Länder.

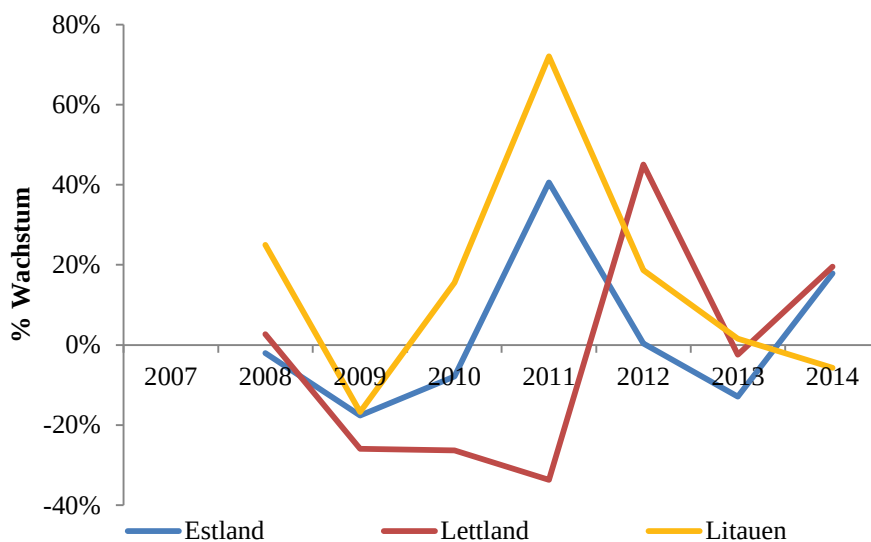


Abbildung 66: Wachstum Import von Spirituosen in die baltischen Länder

Quelle: Comtrade.

Wodka und Whiskey behalten weiterhin ihre beherrschende Stellung bei den importierten Spirituosen aller drei Länder. Allerdings stellt in Lettland und Litauen Wodka mit 46 % und 47 % den größten Anteil am Volumen der Importe dar, während in Estland Whiskey mit 45 % den größten Anteil ausmacht und Wodka, der 2014 nur 26 % ausmachte, weit übertrifft. Traubenbrand liegt immer unter den Top 3 der beliebtesten Importspirituosen. In Litauen ist der Anteil hierfür mit 26 % der größte.

Estland		Lettland		Litauen	
Whiskey	44,6 %	Wodka	45,7 %	Wodka	46,6 %
Wodka	26,4 %	Whiskey	22,9 %	Traubenbrand	25,8 %
Traubenbrand	6,8 %	Traubenbrand	11,5 %	Whiskey	12,9 %
Liköre	3,7 %	Liköre	3,7 %	Liköre	4,9 %
Rum	3,6 %	Rum	2,6 %	Rum	1,6 %

Tabelle 18: Die 5 wichtigsten Importgüter der baltischen Länder im Bereich Spirituosen

Quelle: Comtrade.

Das bedeutendste Ursprungsland der estnischen Spirituosenimporte war in 2014 das Vereinigte Königreich, in Lettland Finnland und in Litauen Belarus. Während das Vereinigte Königreich Großlieferant für Whiskey ist, sind dies Belarus und Finnland für Wodka. Dennoch können einige Besonderheiten in der Wodka-Importstruktur in Lettland und Litauen beobachtet werden. Wenn Wodka aus Finnland nach Lettland importiert wird, handelt es sich vor allem um Wodka höherer Qualität, der eher als Premiumprodukt anzusprechen und für den Re-Export vorgesehen ist. Der Wodka aus Belarus ist vorwiegend ein low-end Produkt und ausschließlich für den lokalen Konsum bestimmt.

Die aus Deutschland importierte Menge an Spirituosen in die baltischen Länder ist relativ gering. Nur Litauen importierte 2014 eine bemerkenswerte Menge. Vor allem Whiskey, Wodka, Liköre und Kräuterliköre sowie Rum und andere Spirituosen werden aus Deutschland importiert.

Estland		Lettland		Litauen	
Vereinigtes Königreich	47,5 %	Finnland	14,2 %	Belarus	20,8 %
USA	17,7 %	Estland	12,5 %	Lettland	14,5 %
Finnland	6,5 %	Belarus	11,5 %	Frankreich	13,7 %
Frankreich	5,4 %	Vereinigtes Königreich	10,5 %	Deutschland	7,6 %
Ukraine	4,0 %	Frankreich	9,7 %	Schweden	6,8 %

Tabelle 19: Ursprungsländer der baltischen Spirituosenimporte in Volumenanteilen in 2014

Quelle: Comtrade.

Das lettische Exportvolumen von Spirituosen ist dreimal so groß wie das estnische. Andererseits exportiert Estland doppelt so viel wie Litauen. Wenn es allerdings um ein kontinuierliches Wachstum ohne plötzliche Schwankungen der Exportmengen geht, liegt Litauen mit einem jährlichen Wachstum von 11 % von 2007-2014 vor den beiden anderen Ländern dieser Studie. Die anderen Länder besitzen zwar ein eindrucksvolleres Gesamtexportvolumen, mit 10 % bzw. 6 % in Lettland und Estland allerdings ein geringeres jährliches Wachstum.

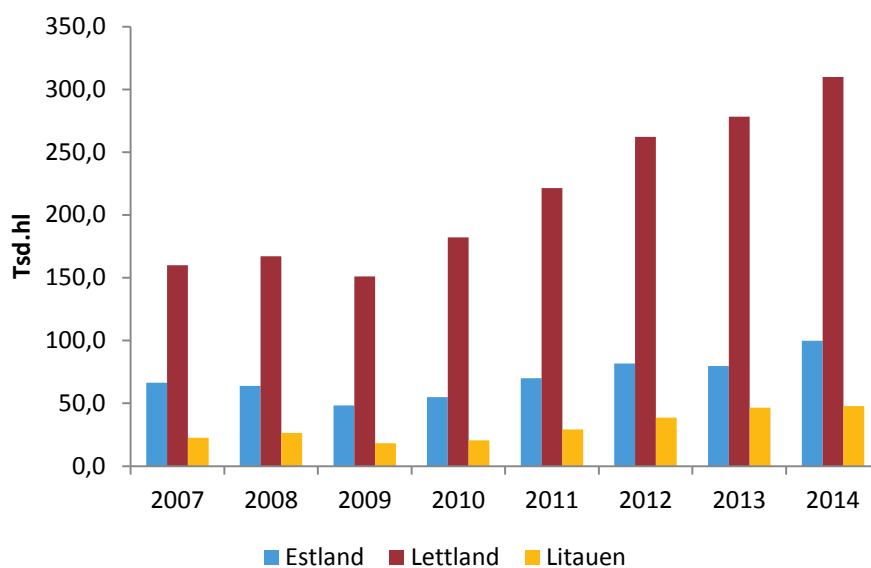


Abbildung 67: Export von Spirituosen aus den baltischen Ländern

Quelle: Comtrade.

Die Hauptexportprodukte im Bereich Spirituosen gleichen den Importprodukten. Wodka und Whiskey besitzen auch hier wieder eine dominante Position in allen drei Ländern. In Lettland wird Traubenbrand durch Rum ersetzt, in Estland durch Liköre bzw. Kräuterliköre.

Estland		Lettland		Litauen	
Whiskey	58,1 %	Wodka	40,8 %	Wodka	50,6 %
Wodka	15,2 %	Whiskey	33,8 %	Traubenbrand	14,8 %
Liköre und Kräuterliköre	7,7 %	Rum	6,5 %	Whiskey	9,1 %
Traubenbrand	4,5 %	Traubenbrand	4,2 %	Liköre und Kräuterliköre	7,9 %
Rum	2,4 %	Liköre und Kräuterliköre	1,9 %	Rum	1,9 %

Tabelle 20: Die wichtigsten Exportgüter der baltischen Länder im Bereich Spirituosen

Quelle: Comtrade.

Russland ist der wichtigste Exportmarkt für Spirituosen für alle baltischen Länder. Die günstige geographische Lage und die historisch engen Geschäftsbeziehungen sind die Hauptgründe hierfür. In 2014 entfallen als Ergebnis 67 % des gesamten Exportvolumens von Estland auf Russland. Danach kommt der lettische Export nach Russland mit einem Anteil von 50 % und der litauische mit einem Anteil von 42 %. Allerdings ist zu beobachten, dass die litauischen Exporte auf mehrere größere Zielmärkte, aber mit allgemein geringen Mengen, gestreut sind.

Alle baltischen Länder werden voraussichtlich große Exportrückgänge nach Russland verzeichnen, da aufgrund des anhaltenden wirtschaftlichen Abschwungs der russische Rubel mittlerweile zweimal abgewertet wurde und somit importierte Produkte für viele Verbraucher in Russland zu teuer geworden sind. Zusätzlich gilt es zu berücksichtigen, dass Veränderungen bei den Handelsbeziehungen zwischen Russland und der Europäischen Union jederzeit möglich sind.

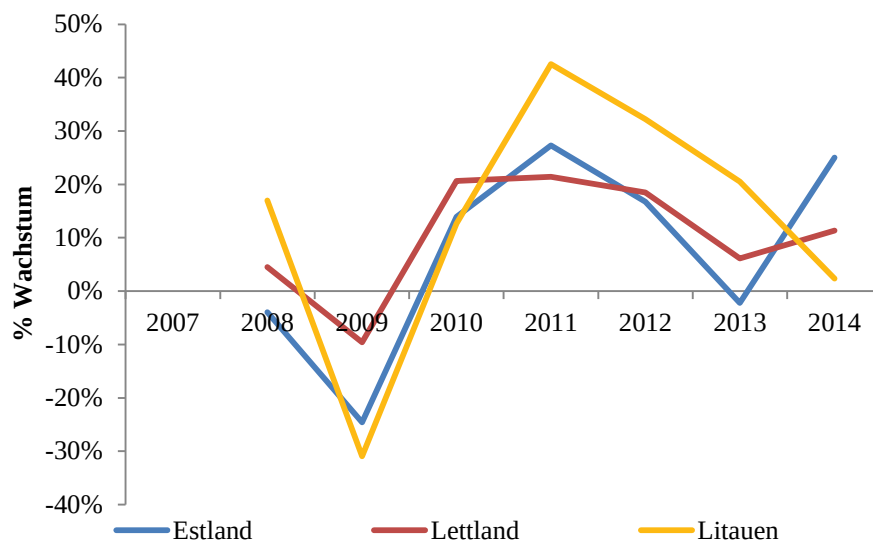


Abbildung 68: Wachstum Export von Spirituosen aus den baltischen Ländern

Quelle: Comtrade.

Die Spirituosenexporte aus den baltischen Ländern nach Deutschland betrugen weniger als ein Prozent des Gesamtvolumens in 2014. Lettland ist das einzige Land mit messbarem Export von 309 Tsd. l in 2014. Allerdings ist auch dies ein nahezu zu vernachlässigbarer Anteil. Bei den Exporten aus Lettland und Litauen nach Deutschland handelt es sich zu 90 % um Wodka. Bei den estnischen Exporten nach Deutschland handelt es sich zu 62 % um Wodka und zu 36 % um Liköre bzw. Kräuterliköre.

Estland		Lettland		Litauen	
Russland	66,9 %	Russland	49,6 %	Russland	41,8 %
Lettland	16,3 %	USA	18,0 %	Lettland	18,6 %
Finnland	8,1 %	Litauen	5,5 %	Polen	12,9 %
Litauen	3,6 %	Ukraine	2,5 %	Estland	9,8 %
Schweden	1,4 %	Kanada	2,2 %	Ukraine	1,8 %

Tabelle 21: Zielländer der baltischen Spirituosenexporte in Volumenanteilen in 2014

Quelle: Comtrade.

5.3.4 Prognosen (Spirituosen)

Stumbras und Vilniaus degtinė waren 2014 die führenden Unternehmen für Spirituosen in Litauen und besaßen einen Marktanteil von 37 % bzw. 23 %. Trotz der Fragmentierung des Gesamtmarktes wird der litauische Markt immer noch von Wodka dominiert und von regionalen Produzenten kontrolliert. Diese inländischen Produzenten sind ebenfalls stark in den Bereichen Weinbrand und Bitterspirituosen, zwei sehr beliebte Kategorien bei den Verbrauchern. Diese beiden Marktführer haben starke Marken entwickelt. Beide haben konsequent und fortlaufend neue Varianten ihrer Marken eingeführt und sie konnten damit ihren Marktanteil halten.

Die wachsende Beliebtheit von importierten Produkten bzw. Produkten anderer Hersteller war bisher kein übermäßig großes Problem für diese Hersteller, da sie selbst ähnliche Produkte in ihr Portfolio aufgenommen haben.⁶⁵

Liviko blieb 2014 der Marktführer mit einem Gesamtmarktanteil von 47 % in Estland. Die Produkte von Liviko genießen eine große Beliebtheit aufgrund jahrzehntelanger Weiterentwicklungen der Produkte, die die estnischen Konsumpräferenzen treffen. Darüber hinaus investiert das Unternehmen in Marketingaktivitäten, um so eine breitere Kundenbasis zu gewinnen, und bietet aus Sicht der Verbraucher ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bei seinen wichtigsten Marken. Zu den bekanntesten Marken des Unternehmens gehören Viru Valge bei Wodka und Vana Tallinn bei Likören. Altia Eesti rangiert auf Platz 2 mit einem Marktanteil von 12 %, gefolgt von Remedia mit 4 % in 2014. Diese Marktteilnehmer konzentrieren sich ebenfalls auf die Herstellung von Wodka.⁶⁶

⁶⁵ Euromonitor: Spirituosen in Litauen. <http://www.euromonitor.com/spirits-in-lithuania/report>. (27.12.2015).

⁶⁶ Euromonitor: Spirituosen in Estland.

Latvijas Balzams besitzt bei Spirituosen in Lettland einen Marktanteil von 36 % und ist somit Marktführer. Eine starke Produktdifferenzierung und erfolgreiche Marketingaktivitäten sind Kern des Erfolgskonzeptes. Das Unternehmen bietet mehr als 120 Produkte, überwiegend Spirituosen, an. Skaleneffekte sind somit auch ein wichtiger Grund, warum Latvijas Balzams seine Produkte günstig anbieten kann und trotzdem wirtschaftlich profitabel ist. 2014 wurden diverse neue Produkte in den Markt eingeführt und so wurde die Marktposition gefestigt. Die drei wichtigsten Marken in 2014 waren Bonaparte, 3 Graudu und Black Balsam; mit Ausnahme des letzteren können diese allerdings alle als low-end-Produkt eingestuft werden, mit geringeren Alkoholmengen/-konzentrationen und zu einem günstigen Preis.⁶⁷

5.3.5 Rechtliche Bestimmungen (Spirituosen)

Die rechtlichen Bestimmungen in Bezug auf Steuern, Import, Verkauf, Werbung sowie Verpackung und Pfand sind im Abschnitt 4 dargestellt worden.

5.4 Alkoholfreie Getränke

Neben den bisher betrachteten verschiedenen Märkten für alkoholische Getränke ist auch der Markt für alkoholfreie Getränke ein wichtiger Bestandteil für eine umfassende Betrachtung der Märkte für Getränke im Baltikum (Estland, Lettland und Litauen).

SWOT-Analyse alkoholfreie Getränke

Stärken

- gut entwickelter Markt mit traditionell starker Nachfrage
- Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Produkten
- starke Handelsbeziehungen mit GUS-Ländern

Schwächen

- Stellung von alkoholfreien Getränken (als Teil des täglichen Konsums) abhängig von wirtschaftlicher Lage des Haushaltes
- starke saisonale Schwankungen
- starke Marktposition lokaler Produzenten
- als hoch empfundene Qualität von lokalem Leitungswasser zu Lasten von Mineral- und Tafelwasser

⁶⁷ Euromonitor: Spirituosen in Lettland.

Chancen

- steigende Nachfrage nach gesunden alkoholfreien Getränken,
- relativ begrenztes Angebot an gesunden Softdrinks und Säften (weniger Zucker, Vitamine),
- steigende Nachfrage nach importiertem Mineralwasser als Folge eines Gesundheits- und Wellnesstrends

Risiken

- möglicher Konsumrückgang bei Softdrinks (Verschiebung zu gesünderen Alternativen)
- zu erwartender Konsumrückgang in GUS-Ländern (mögliche Auswirkungen auf Exporte).

5.4.1 Produktion (alkoholfreie Getränke)

Die Produktion von alkoholfreien Getränken ist in allen baltischen Ländern gut entwickelt, wobei entsprechend starke Marktführer existieren. Unter dieser Kategorie werden zusammengefasst: Mineral-/Tafelwasser, Fruchtsäfte/-Nektare/Multivitaminsäfte, „Softdrinks“ wie z. B. Cola-Getränke, Limonaden, Brause, Mineralwasser mit Geschmackszusatz, Fertigschorlen, Energy-/Fitness-/Sportgetränke. Zusätzlich gehören Kaltgetränke mit Pulver oder Sirup (= Geschmackszusatz), Cidre (mit einem Alkoholgehalt von bis zu 0,5 Volumenprozent) und Milchgetränke mit Geschmackszusatz (Kakao, Erdbeere usw.) in diese Kategorie.

Die Mehrheit der regionalen Akteure gehört entweder internationalen Unternehmen an oder verhandelt momentan mit solchen über eine Übernahme. So gab z. B. The Coca-Cola Company Ende 2015 bekannt, den litauischen Mineralwasserhersteller Neptūno vandenys erworben zu haben.

Die The Coca-Cola Company ist einer der Hauptakteure im Bereich alkoholfreier Getränke in den baltischen Ländern mit ihren Hauptmarken Coca-Cola, Fanta, Sprite und Schweppes. In Litauen ist das Unternehmen sogar mit großem Abstand Marktführer. Demgegenüber herrscht eine starke Wettbewerbssituation mit der Cido Gruppe (Teil der dänischen Brauereigruppe Royal Unibrew) in Lettland und mit der finnischen Unternehmensgruppe Olvi Oyj in Estland.

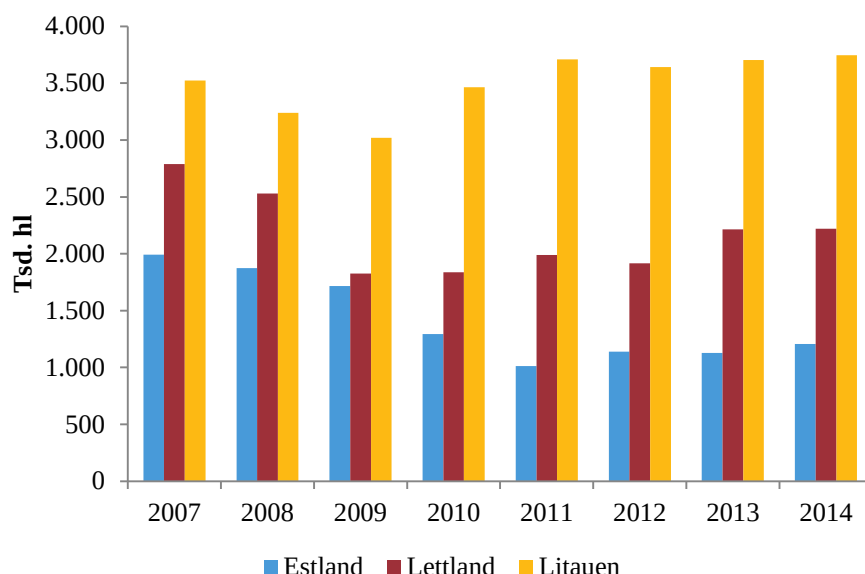


Abbildung 69: Produktion alkoholfreier Getränke in den baltischen Länder (2007-2014)

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen.

In der litauischen Stadt Alytus betreibt die The Coca-Cola Company einen Produktionsstandort, mit dem, seit das Unternehmen 2010 seine Produktion aus Estland nach Litauen verlagerte, ein zentraler Standort geschaffen wurde. Die Cido Gruppe einerseits, die Fruchtsäfte, Softdrinks und Mineralwasser vertreibt, produziert in Riga und die Brauerei Lāčplēsis alus andererseits produziert in Liepāja (Libau). Die Hauptproduktion von Olvi Oyj ist selbstverständlich in Estland.

Gemessen am Produktionsvolumen besitzt Litauen unter den baltischen Ländern die größte und bestentwickelte Industrie im Bereich alkoholfreier Getränke. Außerdem bewältigten die Produzenten in Litauen die Krise von 2008/2009 besser als die Produzenten in Estland und in Lettland. Dies wird besonders deutlich bei einem Vergleich der Produktionszahlen aus 2014: Litauen produzierte mit 3.746 Tsd. hl weit mehr als Lettland mit 2.219 Tsd. hl und Estland mit 1.208 Tsd. hl.

Außerdem war Litauen das einzige Land mit einem positiven Wachstum der Produktion alkoholfreier Getränke und erzielte in der Periode 2007-2014 mit 0,9 % eine geringe jährliche Wachstumsrate. Lettland hingegen hatte einen Rückgang von 3,2 % und Estland von 6,9 % zu verzeichnen. Die oben erwähnte Verlagerung der The Coca-Cola Company nach Litauen hat den Rückgang in Estland zusätzlich verschärft.

Alle baltischen Länder sind von den wirtschaftlichen Problemen in ihrem wichtigen Exportland Russland betroffen. Die kleineren inländischen Märkte Estlands und Lettlands führen da-

zu, dass deren Produzenten hiervon stärker betroffen sind als die litauischen Produzenten, die mit ihrem größeren inländischen Markt eine positive Entwicklung des Produktionsvolumens erwarten.



Abbildung 70: Wachstum Produktion alkoholfreier Getränke in den baltischen Länder (2007-2014)

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen.

5.4.2 Konsum (alkoholfreie Getränke)

Der Konsum von alkoholfreien Getränken ist schwer zu vergleichen, da keine Daten existieren, die quer über alle drei Länder belastbar wären. Allerdings können Schätzungen auf Grundlage von Einfuhren, inländischer Produktion und Exportdaten aufgestellt werden.

So kann festgestellt werden, dass die höchste Konsummenge in Litauen existiert. Es wird geschätzt, dass 2014 rund 3.720 Tsd. hl alkoholfreie Getränke in Litauen konsumiert wurden. Dies ist doppelt so hoch wie in Estland, wo nur 1.825 Tsd. hl getrunken wurden. Lettland lag im selben Jahr mit 2.889 Tsd. hl in der Mitte. Auf Basis der Schätzwerte ist somit der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch in Lettland am höchsten, allerdings folgen die anderen Länder mit nur einem geringen Unterschied (lediglich ca. 0,05 l).

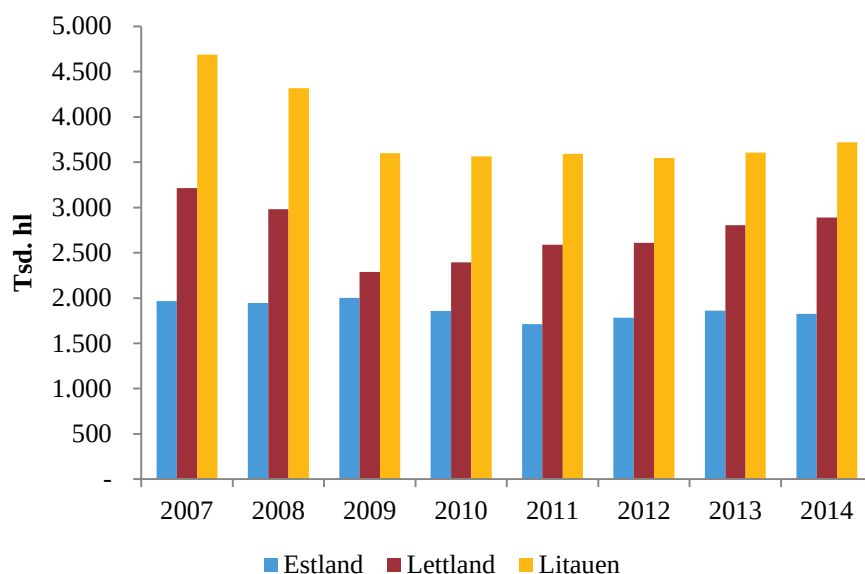


Abbildung 71: Konsum von alkoholfreien Getränken in den baltischen Ländern

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen und Comtrade (teilweise mit Schätzungen).

Der Konsum von alkoholfreien Getränken wird in allen drei Ländern vor allem durch drei Faktoren beeinflusst: Wetter, Kaufkraft und Gesundheits-/Wellnesstrends. Das nordeuropäische Wetter in diesen Ländern ist gekennzeichnet durch lange Winter- und Herbstperioden und kurze Sommer. In heißen Sommern steigt der Konsum allerdings signifikant an.⁶⁸

Ein Problem für viele Anbieter von alkoholfreien Getränken ist, dass diese nicht grundsätzlich Bestandteil des täglichen Konsums in den baltischen Ländern sind.⁶⁹ Daher kaufen die Verbraucher alkoholfreie Getränke im Allgemeinen nur, wenn nach dem Kauf von als wichtiger betrachteten Produkten des täglichen Bedarfs weitere finanzielle Mittel zur Verfügung stehen.

Allerdings sind Gesundheits- und Wellnesstrends sehr wichtig, vor allem für die städtische Bevölkerung in Litauen und Estland. Deshalb kann auch beobachtet werden, dass der Konsum von gesünderen Produkten, wie etwa stillem Mineralwasser, zunimmt. Kohlensäurehaltige Alternativen, d. h. vor allem Softdrinks, verlieren an Bedeutung, es sei denn, die Hersteller reduzieren den Zuckergehalt oder fügen Zusatzstoffe wie Vitamine hinzu.

⁶⁸ Interview mit Brancheninsidern auf dem Gebiet Getränke

⁶⁹ Zu alkoholfreien Getränken zählen die oben erwähnten Sorten, die käuflich zu erwerben sind, allerdings nicht Leitungswasser, selbstgepresste Säfte usw.

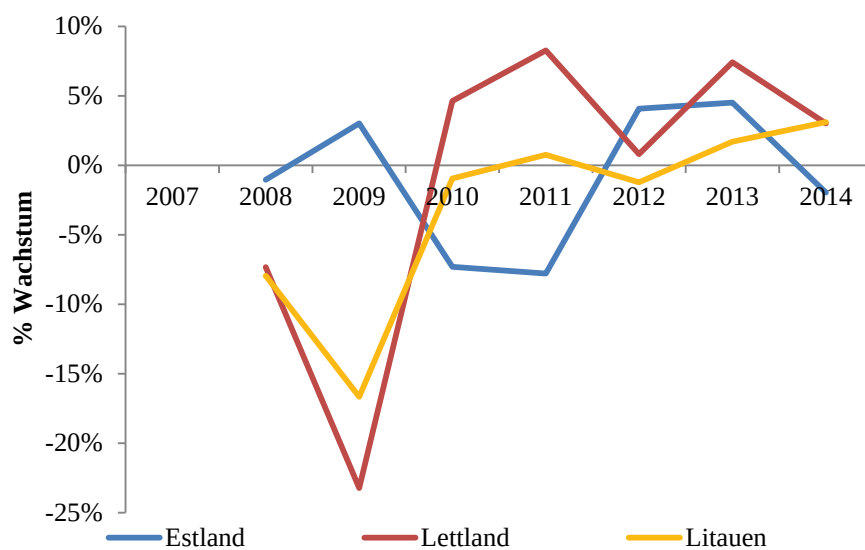
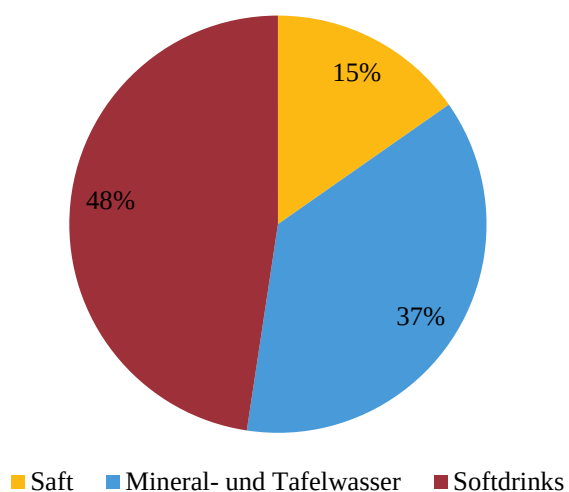


Abbildung 72: Wachstum Konsum von alkoholfreien Getränken in den baltischen Ländern

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen und Comtrade (teilweise mit Schätzungen).

Softdrinks, Mineral- und Tafelwasser sind die am häufigsten konsumierten Sorten an alkoholfreien Getränken in den baltischen Ländern. Eine signifikante Besonderheit ist der Konsum von Säften in Estland, der mit 15 % weit über dem Konsum der anderen beiden baltischen Ländern liegt. Das höhere Einkommen sowie der große Trend zu Gesundheit und Wellness sind ausschlaggebend für diese Konsumpräferenz.

Estland



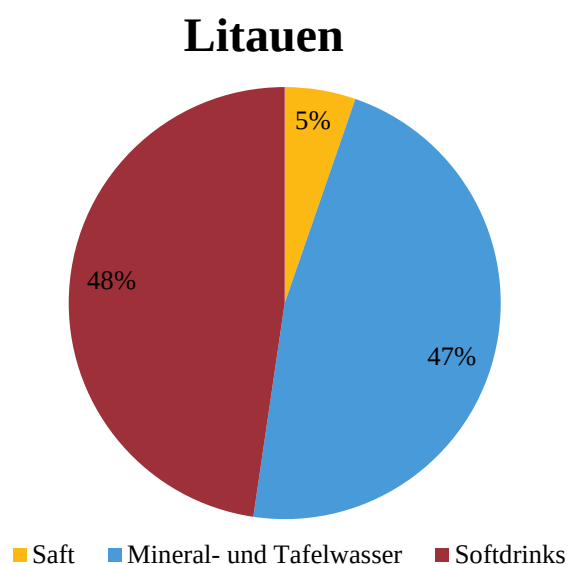
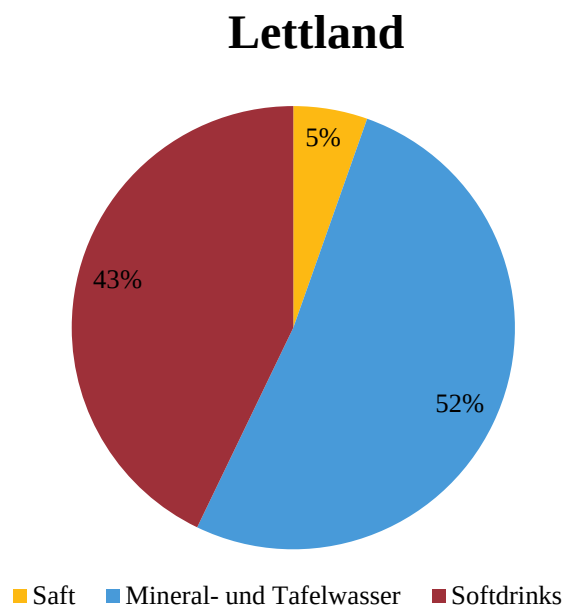


Abbildung 73: Anteil von Saft, Softdrinks sowie Mineral- und Tafelwasser am Konsum (volumenmäßig 2014)

Quelle: eigene Darstellung auf Daten vom Statistikamt Estland, Statistikamt Lettland und Statistikamt Litauen und Comtrade (teilweise mit Schätzungen).

Abgefülltes Wasser, vor allem Mineralwasser, steigt in der Beliebtheit in allen drei Ländern. Vor allem Konsumenten von Softdrinks wechseln besonders häufig zu dieser Kategorie als Ergebnis der Wellness- und Gesundheitstrends. Allerdings sind die Wachstumsmöglichkeiten von abgefülltem Wasser durch die hohe Qualität des Leitungswassers begrenzt. Die Hersteller stehen damit einer schwierigen Herausforderung gegenüber, die Konsumenten vom Kauf von abgefülltem Wasser zu überzeugen.⁷⁰

⁷⁰ Interview mit einem Brancheninsider auf dem Gebiet Getränke

Mit Kohlensäure versetzte Getränke und sonstige Softdrinks werden als eher ungesund angesehen, womit deren Anteil am Gesamtgetränkekonsum daher in der Zukunft wahrscheinlich zurückgehen wird. Dieser Trend wird durch die Tatsache unterstützt, dass die Verbraucher sensibler auf die Inhaltsstoffe achten und sich schon während des Einkaufes durch die Produktetiketten informieren.

In allen drei Ländern sind Säfte eine bereits etablierte Produktkategorie. Dies liegt unter anderem daran, dass diese Produkte als gesünder betrachtet werden als Softdrinks bzw. mit Kohlensäure versetzte Getränke. Ein Großteil wird aktuell durch Kinder konsumiert, aber auch bei Erwachsenen steigt der Anteil der Konsumenten. Das Angebot von frischen Säften und Säften ohne Zuckerzusatz wird die Produktkategorie der Säfte allgemein in der Zukunft vorantreiben.

5.4.3 Import und Export (alkoholfreie Getränke)

Litauen ist der größte Importeur von alkoholfreien Getränken unter den baltischen Ländern. 2014 importierte Litauen 1.386 Tsd. hl; allerdings ist Litauen auch das einzige Land unter den drei Ländern, das beim Import dieser Getränke ein negatives Wachstum in der Periode 2007-2014 verzeichnete. Somit ist die Bedeutung Litauens geringer als noch vor der Krise 2008/2009, in deren Folge die Importe aller drei Länder dramatisch einbrachen. Anders als in Litauen liegt das Importvolumen von Estland und Lettland auf dem Niveau, das vor der Krise erreicht worden war. Die jährliche Wachstumsrate lag bei 0,9 % in Lettland und 0,2 % in Estland in derselben Periode. Die Importmenge von Lettland lag in 2014 ähnlich der von Litauen bei 1.293 Tsd. hl. Estland besaß die geringste mit lediglich 819 Tsd. hl. Vor dem Krisenjahr 2008/2009 wurden von Litauen 1.829 Tsd. hl importiert und von Lettland nur 1.170 Tsd. hl. In derselben Zeit wuchs die Produktion von alkoholfreien Getränken nur in Litauen. Dies hat u. a. damit zu tun, dass die The Coca-Cola Company ihre Produktion von Estland nach Litauen verlagerte.

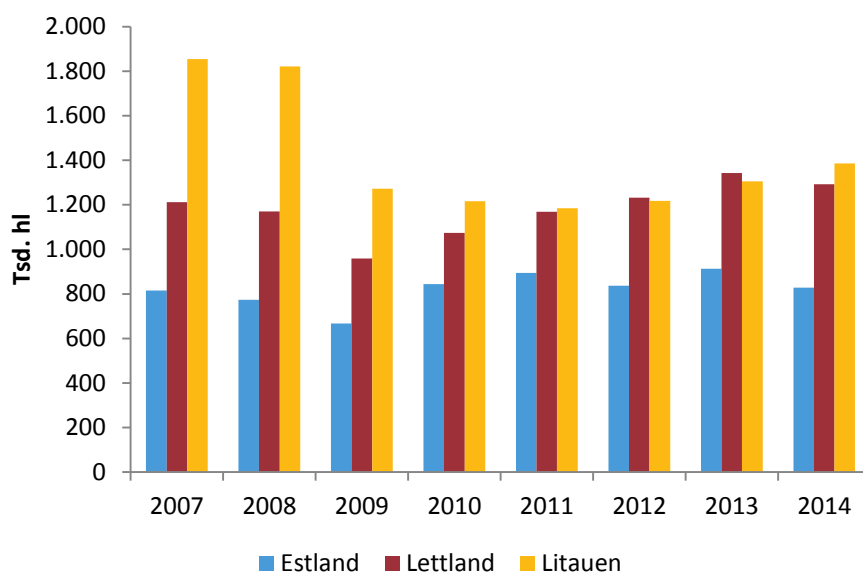


Abbildung 74: Import von alkoholfreien Getränken in die baltischen Länder

Quelle: Comtrade.

Der Handel unter den drei baltischen Ländern ist stark ausgeprägt. Somit sind die bedeutendsten Herkunftsländer der lettischen Importe Litauen und Estland sowie für Estland die Länder Litauen und Lettland. Lediglich Litauen importiert aus Polen mehr als aus Lettland. Estland als Herkunftsländer spielt für Litauen eine eher untergeordnete Rolle und liegt noch hinter Georgien und Belarus. Weitere Importpartner von Lettland sind Polen, Belarus und die Ukraine, von Estland sind es Polen, Russland und Ungarn.

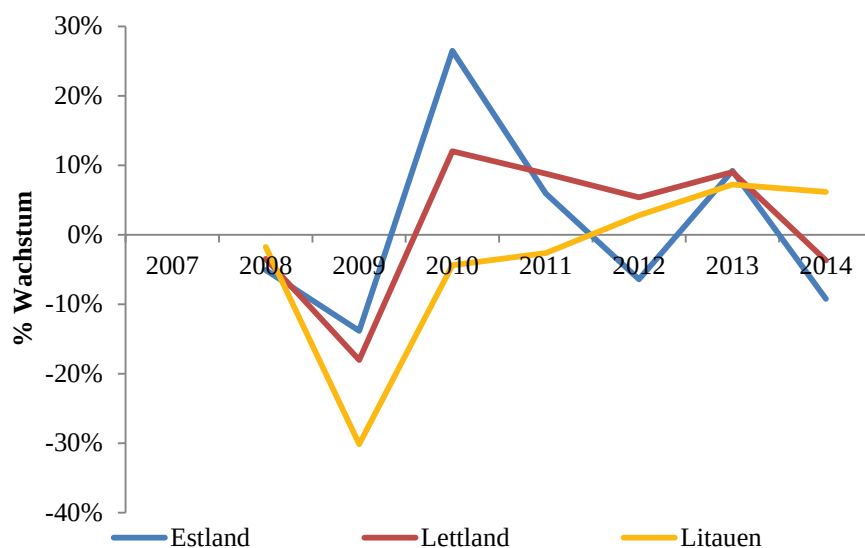


Abbildung 75: Import von alkoholfreien Getränken in die baltischen Länder

Quelle: Comtrade.

Litauen		Lettland		Estland	
Polen	35 %	Litauen	54 %	Litauen	39 %
Lettland	21 %	Estland	15 %	Lettland	20 %
Georgien	12 %	Polen	13 %	Polen	14 %
Belarus	10 %	Belarus	6 %	Russland	5 %
Estland	3 %	Ukraine	1 %	Ungarn	3 %

Tabelle 22: Ursprungsländer der baltischen Getränkeimporte (alkoholfrei) in Volumenanteilen in 2014

Quelle: Comtrade.

Deutschland tritt bei keinem der baltischen Länder unter den Top-5 auf. Am wichtigsten ist Deutschland für Litauen, mit einem Gesamtimportvolumen von 3 % in 2014, womit es Platz 7 in der Rangfolge einnimmt. Für Lettland deckt Deutschland lediglich 1 % der Importe ab, für Estland 2 %.

Softdrinks, Mineral- und Tafelwasser waren 2014 die Hauptimportkategorien in den baltischen Ländern. Diese Produkte sind sowohl für den inländischen Konsum wie auch für den Weiterexport in andere Länder vorgesehen.

Litauen		Lettland		Estland	
Softdrinks	57 %	Softdrinks	69 %	Softdrinks	64 %
Mineral- und Tafelwasser	32 %	Mineral- und Tafelwasser	24 %	Mineral- und Tafelwasser	19 %
Säfte	12 %	Säfte	7 %	Säfte	17 %

Tabelle 23: Die wichtigsten Importgüter der baltischen Länder im Bereich alkoholfreier Getränke

Quelle: Comtrade.

55 % der importierten alkoholfreien Getränke aus Deutschland nach Litauen sind Säfte und 42 % sind Softdrinks. Ähnlich ist es bei den Importen nach Lettland: 54 % sind Softdrinks und 42 % Säfte. Ein leicht anderes Ergebnis zeigt sich für Estland, wo der Anteil von Säften mit 67 % den mit Abstand größten Posten der Importe aus Deutschland ausmacht.

Litauen ist unter den hier betrachteten Staaten mit 1.412 Tsd. hl in 2014 der einzige Netto-Exporteur für alkoholfreie Getränke. Eine starke inländische Produktion und der hohe Importanteil von Produkten für den Weiterexport sind hierfür die Ursache.

Lettland und Estland besitzen mit 623 Tsd. hl bzw. 212 Tsd. hl in 2014 einen niedrigeren Exportlevel. Ferner zeigten die beiden Länder eine negative jährliche Wachstumsrate beim Export, wohingegen Litauen ein jährliches Wachstum von 11 % in der Periode 2007-2014 erreichte.

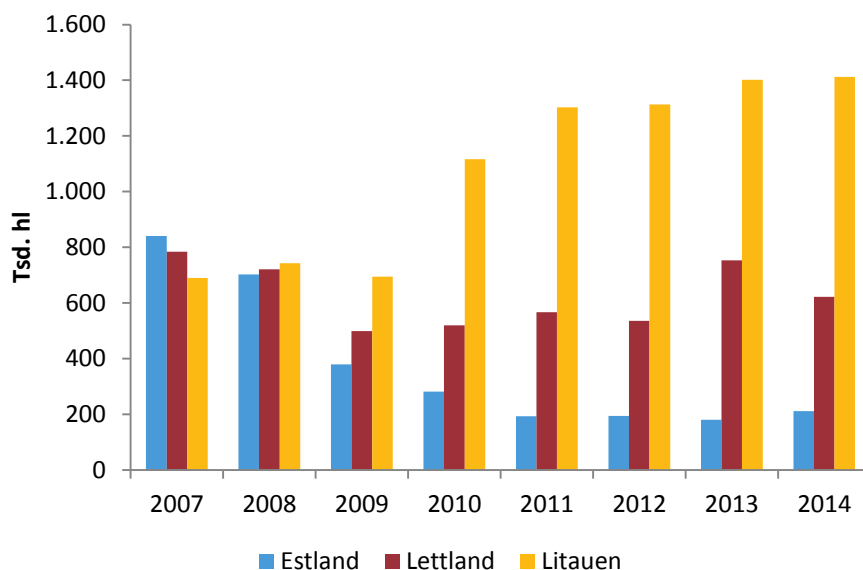


Abbildung 76: Export von alkoholfreien Getränken aus den baltischen Ländern

Quelle: Comtrade.

Beim Export sind die baltischen Länder untereinander noch stärker verbunden. Zum Beispiel deckt der Gesamtexport von alkoholfreien Getränken nach Litauen und Lettland 81 % des estnischen Gesamtexports in 2014 ab.

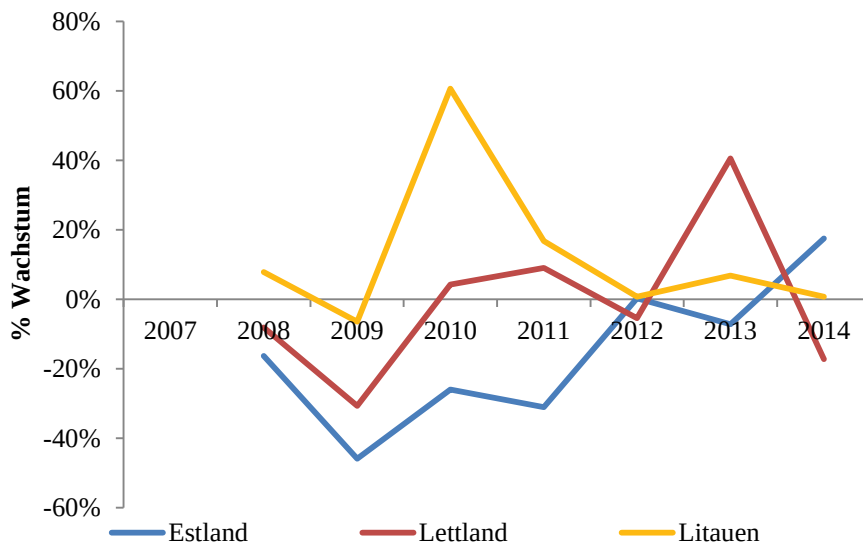


Abbildung 77: Wachstum Export von alkoholfreien Getränken aus den baltischen Ländern

Quelle: Comtrade.

Die litauischen Exporte nach Deutschland haben einen Volumenanteil von 4 %. Somit ist Deutschland der drittwichtigste Exportpartner. In Lettland beträgt der Anteil Deutschlands

3 % und ist damit nicht mehr unter den Top-5. Für Estland sind die Exporte nach Deutschland zu vernachlässigen, da sie weniger als 1 Tsd. hl. betragen.

Litauen		Lettland		Estland	
Lettland	49 %	Litauen	42 %	Lettland	63 %
Estland	32 %	Estland	22 %	Litauen	18 %
Deutschland	4 %	Russland	11 %	Finnland	9 %
Russland	4 %	Dänemark	8 %	China	4 %
Polen	3 %	Vereinigtes Königreich	4 %	Niederlande	2 %

Tabelle 24: Zielländer der baltischen Getränkeexporte (alkoholfrei) in Volumenanteilen in 2014

Quelle: Comtrade.

In der Kategorie alkoholfreier Getränke machen Softdrinks den Hauptteil der Exporte aus den baltischen Ländern aus. Die Tatsache, dass The Coca-Cola Company ihre Produktion in Litauen hat, ist ein Grund, warum Softdrinks die Kategorie alkoholfreie Getränke in Litauen mit 73 % dominieren. Weitere 21 % der Exporte entfallen auf Mineral- und Tafelwasser, eine Produktgruppe, in der die Anbieter Druskininkų RASA, Birštono mineraliniai vandenys und Neptūno vandenys vertreten sind.

20 % der lettischen Exporte in der Kategorie alkoholfreier Getränke sind Säfte. Dieser Exportanteil ist vor allem dem großen Safthersteller der Cido Gruppe mit seinem Sitz in Lettland zuzuschreiben.

Mit 37 % kommt dem Bereich Mineral- und Tafelwasser ein großer Anteil an den estnischen Exporten zu, der von den Anbietern Saku Õlletehase (Teil der Brauereigruppe Carlsberg) und A. Le Coq (Teil der Brauereigruppe Olvi Oyj) abgedeckt wird.

Litauen		Lettland		Estland	
Softdrinks	73 %	Softdrinks	67 %	Softdrinks	52 %
Mineral- und Tafelwasser	21 %	Säfte	20 %	Mineral- und Tafelwasser	37 %
Säfte	6 %	Mineral- und Tafelwasser	13 %	Säfte	11 %

Tabelle 25: Die wichtigsten Exportgüter der baltischen Länder im Bereich alkoholfreier Getränke

Quelle: Comtrade.

Es sind vorwiegend Softdrinks und Säfte, die aus den baltischen Ländern nach Deutschland exportiert werden. Softdrinks besitzen einen Anteil von 83 % der Exporte aus Lettland und 52 % aus Litauen. Weitere 48 % der Exporte aus Litauen nach Deutschland sind Säfte.

5.4.4 Prognosen (alkoholfreie Getränke)

Für Estland wird kein dynamisches Wachstum beim Absatz von Softdrinks erwartet, obwohl neue Produktentwicklungen (Varianten) und Preisaktionen den Verkauf weiter vorantreiben sollen. Die meisten Unterkategorien im Bereich Softdrinks sind schon jetzt beim Pro-Kopf-Verbrauch ausgeschöpft. Somit sind keine signifikanten Wachstumsraten zu erwarten.

Eines der Haupthindernisse für das Umsatzwachstum in Estland ist das zunehmende Gesundheitsbewusstsein und dementsprechend die Tatsache, dass die meisten Produkte nach Ansicht der Verbraucher zu viel Zucker enthalten. Innerhalb der Kategorie Säfte wird eine Verlagerung von Nektaren hin zu Säften höherer Qualität bzw. gesünderen Säften erwartet.⁷¹

Die zukünftige Herausforderung für die Anbieter von Softdrinks in Lettland wird die Platzierung dieser Produktkategorie als Teil des täglichen Bedarfs sein, da, wie schon erwähnt, Softdrinks aktuell oft als ein „Nebenprodukt“ des täglichen Einkaufs angesehen werden. Die Entwicklung der Kaufkraft kann diese Platzierung entweder erschweren oder vereinfachen. All dies bietet allerdings auch gute Möglichkeiten für weitere Entwicklungen neuer Produkte und Marktchancen für neue Anbieter.⁷²

Die meisten Anbieter von alkoholfreien Getränken in Litauen erwarten einen moderaten Anstieg des Volumens und ein sehr dynamisches Wachstum in der Zukunft. Die Verbraucher

⁷¹ Euromonitor: Softdrinks in Estland, <http://www.euromonitor.com/soft-drinks-in-estonia/report> (27.12.2015).

⁷² Euromonitor: Softdrinks in Lettland, <http://www.euromonitor.com/soft-drinks-in-latvia/report> (27.12.2015).

werden voraussichtlich einen Trade-up-Prozess durchlaufen und somit mit höheren Ausgaben für höherwertige Marken, aber auch mit dem Kauf besserer Produkte in Bezug auf die Wellness- und Gesundheitstrends reagieren.⁷³

Außerdem zeigt der litauische Markt Anzeichen dafür, dass die aktiven Anbieter kaum neue Marken etablieren, sondern lediglich neue Varianten ihrer vorhandenen Marken auf den Markt bringen.

Die saisonalen und wetterbedingten Schwankungen werden den Konsum weiterhin stark beeinflussen, ohne dass die Anbieter dies besonders beeinflussen können. Allgemein betrachtet ist die Stimmung in der Branche in Litauen allerdings durchweg positiv.⁷⁴

5.4.5 *Rechtliche Bestimmungen (alkoholfreie Getränke)*

Die rechtlichen Bestimmungen in Bezug auf Steuern, Import, Verkauf, Werbung sowie Verpackung und Pfand sind bereits im Abschnitt 4 dargestellt worden.

⁷³ Interview mit einem Brancheninsider auf dem Gebiet Getränke.

⁷⁴ Euromonitor: Softdrinks in Litauen. <http://www.euromonitor.com/soft-drinks-in-lithuania/report>. (27.12.2015).

6 Kontaktadressen

Die Sortierung der nachfolgenden Listen erfolgt nach der Wichtigkeit der einzelnen Unternehmen bzw. Organisationen.

6.1 Verbände

Verbände – Estland

Name: Estnischer Lebensmittelverband

Adresse: Saku Str.15, EE-11314 Tallinn

Telefon Nr.: 00 372 6 484 978

Internetseite: www.toiduliit.ee

E-Mail Adresse: info@toiduliit.ee

Name: Verband der estnischen Alkohol-Hersteller und Importeure

Adresse: Masina Str.11, EE-10144 Tallinn

Telefon Nr.: 00 372 667 8000

Name: Union der Getränke- und Bierimporteure

Adresse: Parda Str. 8, EE-10151 Tallinn

Telefon Nr.: 00 372 515 0146

Verbände – Lettland

Name: Lettischer Verband der Nahrungsmittelfirmen

Adresse: Republikas Sq. 2, cabinet no. 510, LV-1981 Riga

Telefon Nr.: 00 371 6780 8968

Internetseite: www.lpuf.lv

E-Mail Adresse: info@lpuf.lv

Name: Lettischer Verband der Bierhersteller

Adresse: Jelgavas Str. 61a, LV-1004 Riga

Telefon Nr.: 00 371 67552233

Internetseite: www.alussavieniba.blogspot.de

E-Mail Adresse: lad@inbox.lv

Name: Verband der Transport und Logistik der Baltischen Länder
Adresse: Vīlandes Str. 1-14, LV-1010 Riga
Telefon Nr.: 00 371 2654 5361
Internetseite: www.batl.lv
E-Mail Adresse: info@batl.lt

Name: Lettischer Logistikverband
Adresse: Skolas Str. 21-605a, LV-1010 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6737 3300
Internetseite: www.lla.lv
E-Mail Adresse: lla@lla.lv

Verbände – Litauen

Name: Verband der baltischen Getränkeindustrie
Adresse: Vilniaus Str. 31, LT-01402 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 686 65563
Internetseite: www.beveragecluster.eu
E-Mail Adresse: info@abbi.lt
Weitere Länder: EE LV

Name: Verband der Hersteller von natürlichem Mineralwasser in Litauen
Adresse: Kalvariju Str. 98-48, LT-08211 Vilnius
Telefon Nr.: 003 70 682 60063
Internetseite: www.mineralinisvanduo.lt
E-Mail Adresse: info@mineralinisvanduo.lt

Name: Litauische Brauergilden
Adresse: A. Tumeno Str. 4, LT-01109 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2595077
Internetseite: www.aludariai.lt
E-Mail Adresse: info@aludariai.lt

Name: Verband der Importeure von Bier, Cidre und alkoholfreien Getränken
Adresse: Pramonės Str. 12, LT-28500 Utena
Telefon Nr.: 00 370 699 99103

Name: Verband der litauischen Getränkeindustrie
Adresse: Gedimino pr. 45-11, LT-01109 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 621 39323
Internetseite: www.lgerimai.lt
E-Mail Adresse: info@lgerimai.lt

Name: Verband der litauischen Getränkehersteller
Adresse: Konstitucijos pr. 11, LT-09308 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2340488
E-Mail Adresse: pagirskiene_vkk@takas.lt

Name: Verband der litauischen Weinproduzenten
Adresse: Eglyno Str. 53, LT-76217 Šiauliai
Telefon Nr.: 00 370 655 04607
Internetseite: www.vyndariuasociacija.lt
E-Mail Adresse: info@vyndariuasociacija.lt

6.2 Groß- und Einzelhandel, Distributeure

Groß- und Einzelhandel, Distibuteure – Estland

Name: Sanitex Estonia OÜ
Adresse: Osmussaare Str.8, EE-13811 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 62 26 399
Internetseite: www.sanitex.eu
E-Mail Adresse: sanitex.estonia@sanitex.eu
Weitere Länder: LT LV

Name: Eugesta Eesti AS
Adresse: Taevavärava Str. 4, Rae, EE-75306 Harjumaa
Telefon Nr.: 00 372 682 7782
Internetseite: www.eugesta.lt
E-Mail Adresse: info@eugesta.ee
Weitere Länder: LT LV

Name: LTT AS
Adresse: Peterburi Str. 63, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 606 6500
Internetseite: www.ltt.ee
E-Mail Adresse: ltt@ltt.ee

Name: Alkotrend OÜ
Adresse: Peterburi Str. 46, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 516 5430
Internetseite: www.alkotrend.ee
E-Mail Adresse: marina@alkotrend.ee

Name: Avallone AS
Adresse: Kauge Str. 3, EE-11215 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 682 8800
Internetseite: www.avallone.ee
E-Mail Adresse: myyk@avallone.ee

Name: Balen OÜ - Connoisseur
Adresse: Läike Str. 1, Mõigu Tehnopak, Peetri, Rae vald, EE-75312 Harjumaa
Telefon Nr.: 00 372 600 0950
Internetseite: www.balen.ee
E-Mail Adresse: balen@balen.ee

Name: Budampex AS
Adresse: Suur-Sõjamäe Str. 2, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 600 5224
Internetseite: www.budampex.eu
E-Mail Adresse: info@budampex.eu

Name: Dunker Estonia OÜ
Adresse: Lõõtsa Str. 8a, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 659 9500
Internetseite: www.dunker.ee
E-Mail Adresse: dunker@dunker.ee

Name: Flevori OÜ
Adresse: Aruküla Str. 4 - 4, Jüri alevik, Rae vald, EE-75301 Harjumaa
Telefon Nr.: 00 372 5190 5001
Internetseite: www.flevori.com
E-Mail Adresse: urmas@flevori.com

Name: Goldmax Group OÜ
Adresse: Kesk-Sõjamäe Str.10a, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 5303 0968
Internetseite: www.frizzante.ee
E-Mail Adresse: info@frizzante.ee

Name: Grape AS
Adresse: Vana-Narva Str. 1b, EE-74114 Maardu
Telefon Nr.: 00 372 634 9141
Internetseite: www.grape.ee
E-Mail Adresse: grape@grape.ee

Name: Monotal AS
Adresse: Plasti Str. 22, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 635 0130
Internetseite: www.monotal.ee
E-Mail Adresse: monotal@monotal.ee
Weitere Länder: LV

Name: Prike AS
Adresse: Peterburi Str. 92g, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 622 4900
Internetseite: www.prike.ee
E-Mail Adresse: prike@prike.ee
Weitere Länder: LT LV

Name: Tridens AS
Adresse: Lõõtsa Str. 2, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 603 1800
Internetseite: www.tridens.eu
E-Mail Adresse: info@tridens.ee

Name: Valior AS
Adresse: Punane Str. 73, EE-13619 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 668 4460
Internetseite: www.valior.ee
E-Mail Adresse: valior@valior.ee

Name: Worldwide Export-Import OÜ
Adresse: Kõivu Str. 16, EE-12113 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 5196 9598
Internetseite: www.portugal-wines.com
E-Mail Adresse: info@portugal-wines.com

Name: Bestwine OÜ
Adresse: Harju Str.1, EE-10146 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 622 8976
Internetseite: www.bestwine.ee
E-Mail Adresse: triinu@bestwine.ee

Name: Selver AS
Adresse: Pärnu Str. 238, EE-11624 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 667 3800
Internetseite: www.selver.ee
E-Mail Adresse: selver@selver.ee

Name: OG Elektra AS
Adresse: Vilde Str.6A, EE-44310 Rakvere
Telefon Nr.: 00 372 322 3560
Internetseite: www.ogelektra.ee
E-Mail Adresse: info@ogelektra.ee

Name: Coop Eesti
Adresse: Kalda Str.7c, EE-11625 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 661 3014
Internetseite: www.coop.ee
E-Mail Adresse: coop@coop.ee

Name: Maxima Eesti OÜ
Adresse: Peterburi Str. 47, EE-11415 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 623 0641
Internetseite: www.maxima.ee
E-Mail Adresse: info@maximagrupe.eu
Weitere Länder: LT LV

Name: ABC Supermarkets AS
Adresse: Ädala Str.1, EE-10614 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 674 7800
Internetseite: www.comarket.ee
E-Mail Adresse: info@abcsupermarkets.eu

Groß- und Einzelhandel, Distibuteure - Lettland

Name: Eugesta SIA
Adresse: Dzirciema Str. 119b, LV-1055 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6747 2500
Internetseite: www.eugesta.lv
E-Mail Adresse: office@eugesta.lv
Weitere Länder: EE

Name: Jungent AS
Adresse: Antonijas Str. 24, LV-1010 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6736 5777
Internetseite: www.jungent.lv
E-Mail Adresse: info@jungent.lv
Weitere Länder: LT EE

Name: MV Latvia SIA
Adresse: Medus Str.7, LV-1048 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6793 0211
Internetseite: www.mv.lt
E-Mail Adresse: birojs@mv.lt
Weitere Länder: LT

Name: Amber Distribution Latvia SIA
Adresse: Noliktašas Str. 11, LV-2130 Dreiliņi, Stopiņudistrict
Telefon Nr.: 00 371 6788 0433
Internetseite: www.premiumwines.lv
E-Mail Adresse: office@amberdistribution.lv

Name: Latako SIA
Adresse: Katlakalna Str. 11g, LV-1073 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6777 5601
Internetseite: www.e-latako.lv
E-Mail Adresse: info@latako.lv

Name: DGR solutions SIA
Adresse: Maskavas Str. 322D, LV - 1063 Riga
Telefon Nr.: 00 371 2641 3444
Internetseite: www.food-beverages.lv
E-Mail Adresse: info@food-beverages.lv

Name: Baltā bura SIA
Adresse: Getliņu Str. 18, LV-2121 Rumbula, Stopiņu district
Telefon Nr.: 00 371 6742 2073
Internetseite: www.baltabura.lv
E-Mail Adresse: mail@baltabura.lv

Name: Prike Latvija SIA
Adresse: Vienības Str. 198, LV-1058 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6706 8943
Internetseite: www.prike.lv
E-Mail Adresse: info@prike.lv
Weitere Länder: LT EE

Name: Pernod Ricard Latvia SIA
Adresse: Dzelzavas Str. 117, LV-1021 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6781 5277
Internetseite: www. Pernod-ricard-latvia.com

Name: Rimi Baltic SIA
Adresse: A.Deglava Str. 161, LV-1021 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6704 5409
Internetseite: www.rimi.lv
E-Mail Adresse: info.lv@rimibaltic.com
Weitere Länder: EE

Name: Maxima Latvija SIA
Adresse: Abras, Krustkalni, LV-2111 Ķekavas district
Telefon Nr.: 00 371 8000 2020
Internetseite: www.maxima.lv
E-Mail Adresse: info@maximagrupe.eu
Weitere Länder: EE

Name: Iepirkumu grupa SIA
Adresse: Dzelzavas Str. 117, LV-1021 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6733 8241
Internetseite: www.toppartika.lv
E-Mail Adresse: igrupa@toppartika.lv

Name: ELVI Latvija SIA
Adresse: Braslas Str. 29A-4, LV-1084 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6761 8236
Internetseite: www.elvi.lv
E-Mail Adresse: info@elvi.lv

Name: Skai Baltija SIA
Adresse: K.Ulmaņa Str. 140, LV-1029 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6786 0700
Internetseite: www.sky.lv
E-Mail Adresse: sky@sky.lv

Name: Stockmann Centrs SIA
Adresse: 13. Janvāra Str. 8, LV-1050 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6707 1222
Internetseite: www.stockmann.lv
E-Mail Adresse: klientuinfo@stockmann.com

Name: Prisma Latvija SIA
Adresse: Andreja Saharova Str. 30, LV-1084 Riga
Telefon Nr.: 00 371 2775 7612
Internetseite: www.prisma.lv
E-Mail Adresse: prisma@prisma.lv
Weitere Länder: LT EE

Name: Narvesen Baltija SIA
Adresse: Aiviekstes Str. 5, LV-1003 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6707 4202
Internetseite: www.narvesen.lv
E-Mail Adresse: info@narvesen.lv
Weitere Länder: LT EE

Name: Statoil Fuel & Retail Latvia SIA
Adresse: Dunties Str. 6, LV-1013 Riga
Telefon Nr.: 00 371 8000 9005
Internetseite: www.statoil.lv
E-Mail Adresse: latvija@statoil.com
Weitere Länder: LT EE

Name: Neste Latvija SIA
Adresse: Bauskas Str. 58a, LV-1004 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6601 3355
Internetseite: www.nesteoil.lv
E-Mail Adresse: neste.latvija@neste.com
Weitere Länder: LT EE

Name: East-West transit SIA
Adresse: Lubānas Str. 66, LV -1073 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6722 6475
Internetseite: www.lnafta.lv
E-Mail Adresse: ewt@ewt.lv

Name: LUKoil Baltija R SIA
Adresse: Alīses Str. 3, LV-1046 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6706 6400
Internetseite: www.lukoil.lv
E-Mail Adresse: n.seilius@lukoil.lv
Weitere Länder: LT EE

Groß- und Einzelhandel, Distibuteure - Litauen

Name: UAB Bennet Distributors
Adresse: Metalo Str. 2b, LT-02190 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2131611
Internetseite: www.bennet.lt
E-Mail Adresse: bennet-vilnius@amberbev.com
Weitere Länder: EE LV

Name: UAB "Mineraliniai vandenys" (MV)
Adresse: J. Jasinskio Str. 16 F, LT-1112 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2786069
Internetseite: www.mv.lt
E-Mail Adresse: info@mv.lt
Weitere Länder: EE LV

Name: UAB "Gerimu namai LT"
Adresse: Kestucio Str. 41A, LT-08123 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 646 43449
Internetseite: www.gerimunamai.lt
E-Mail Adresse: didmena@gerimunamai.lt

Name: UAB „EUGESTA“
Adresse: Kibirkšties Str. 8, LT-02242 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2397739
Internetseite: www.eugesta.com
E-Mail Adresse: info@eugesta.lt
Weitere Länder: EE LV

Name: UAB „Sanitex“
Adresse: Raudondvario pl. 131, LT-47191 Kaunas
Telefon Nr.: 00 370 37 401111
Internetseite: www.sanitex.eu
E-Mail Adresse: sanitex@sanitex.eu
Weitere Länder: EE LV

Name: BI UAB „Filipopolis“
 Adresse: Laisves Av. 80, LT-44249 Kaunas
 Telefon Nr.: 00 370 37 490363
 Internetseite: www.filipopolis.lt
 Kontaktperson: Juozas Ivašauskas (Importleitung)
 E-Mail Adresse: j.ivasauskas@filipopolis.lt

Name: UAB Laudare
 Adresse: Konstitucijos Av. 9-13, LT-09308 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 655 74375
 Internetseite: www.visitspirits.com

Name: UAB “Prike LT”
 Adresse: A. Juozapaviciaus 9A-8, LT-09311 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2104784
 Internetseite: www.prike.lt
 E-Mail Adresse: info@prike.lt
 Weitere Länder: EE LV

Name: UAB Baltic Wine & Spirits
 Adresse: Kareiviu Str. 19-190, LT-09133 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2620710
 Internetseite: www.balticws.lt
 E-Mail Adresse: info@balticws.lt

Name: UAB Bacchus & CO
 Adresse: Pamenkalnio Str. 40, LT-01114 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 263 9600
 Internetseite: www.bacchus.lt
 E-Mail Adresse: info@bacchus.lt

Name: UAB “Sakalas”
 Adresse: Liepkalnio Str. 97B, LT-02121 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2152457
 Internetseite: www.sakalas.eu
 E-Mail Adresse: info@sakalas.eu

Name: UAB "Vienas pasaulis"
Adresse: A.J.Povilaicio Str. 18, LT-04338 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 698 21411
Internetseite: www.vienaspasaulis.lt
Kontaktperson: Vladislavas Petraškevičius (Geschäftsleiter)

Name: UAB MDP Holding
Adresse: V. Grybo Str. 19, LT-10318 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 612 75216
Internetseite: www.mdpholding.lt
E-Mail Adresse: info@mdpholding.lt

Name: UAB "Rivona"
Adresse: Savanoriu Av. 176, LT-03154 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2331181
Internetseite: www.rivona.lt
E-Mail Adresse: rivona@rivona.lt
Weitere Länder: EE LV

Name: UAB Maxima LT
Adresse: Savanoriu Av. 247, LT- 02242 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2043012
Internetseite: www.maxima.lt
Kontaktperson: Edita Bazarauskaite (Einkaufsleitung)
E-Mail Adresse: pasiulymai.prekes@maxima.lt
Weitere Länder: EE LV

Name: UAB Rimi Lietuva
Adresse: Savanoriu Av. 16, LT-03116 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2461057
Internetseite: www.rimi.lt
E-Mail Adresse: info.lt@rimibaltic.com
Weitere Länder: EE LV

Name: UAB Palink IKI supermarket
 Adresse: Lentvario Str. 33, LT-02241 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2601700
 Internetseite: www.iki.lt
 E-Mail Adresse: info@iki.lt

Name: UAB „Norfos mažmena”
 Adresse: Savanoriu Av. 176, LT-03154 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2700046
 Internetseite: www.norfa.lt
 E-Mail Adresse: norfa@norfa.lt

Name: UAB Aibės prekyba
 Adresse: L. Zamenhofo Str. 5, LT-06332 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2686686
 Internetseite: www.aibe.lt
 E-Mail Adresse: prekiu.pasiulymai@aibe.lt

Name: UAB „Prisma LT“
 Adresse: Viršuliškiu skg. 28, LT-05131 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2501050
 Internetseite: www.prisma.lt
 E-Mail Adresse: prisma@prisma.lt
 Weitere Länder: EE LV

Name: UAB „Reitan Convenience Lithuania“
 Adresse: Laisves Av. 58, LT-05120 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2401502
 Internetseite: www.narvesen.lt
 E-Mail Adresse: bendras@reitan.lt
 Weitere Länder: EE LV

Name: UAB Statoil Fuel & Retail Lietuva
 Adresse: J. Jasinskio Str. 16, LT-01112 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 5 2686500
 Internetseite: www.statoil.lt
 E-Mail Adresse: lietuva@statoilfuelretail.com
 Weitere Länder: EE LV

Name: UAB Lukoil Baltija
 Adresse: Senasis Ukmerges kelias 4, Užubaliu k., LT-14013 Vilniaus r.
 Telefon Nr.: 00 370 5 2477511
 Internetseite: www.lukoil.lt
 E-Mail Adresse: goods@lukoil.lt
 Weitere Länder: EE LV

Name: AB „Ventus - Nafta" Orlen Tankstellen
 Adresse: J. Jasinskio Str. 16B, LT-03163 Vilnius
 Telefon Nr.: 00 370 443 92121
 Internetseite: www.degalines.orienlietuva.lt
 E-Mail Adresse: info@orlen.lt

6.3 HORECA

HORECA – Estland

Name: McKenzie Invest OÜ
 Adresse: Mustamäe Str. 169-82, EE-12913 Tallinn
 Telefon Nr.: 00 372 603 4908
 Internetseite: www.chopsticks.ee

Name: Kaupmees & Ko AS
 Adresse: Mustamäe Str. 46, EE-10621 Tallinn
 Telefon Nr.: 00 372 681 1111
 Internetseite: www.kaupmees.ee
 Kontaktperson: Merike Hürri (Einkauf-Getränke)
 E-Mail Adresse: merike.hyrri@kaupmees.ee

Name: Horeca Service OÜ
 Adresse: Punane Str.42, EE-13618 Tallinn
 Telefon Nr.: 00 372 624 0070
 Internetseite: www.horeca-service.ee
 E-Mail Adresse: info@horeca-service.ee

Name: Karia OÜ
 Adresse: Kesk Str. 15, Jüri, Rae, EE-75301 Harjumaa
 Telefon Nr.: 00 372 600 0500
 Internetseite: www.karia.ee
 E-Mail Adresse: reelika@karia.ee

Name: Reaton OÜ
Adresse: Laki Str.14a, EE-10621 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 683 5583
Internetseite: www.reaton.lv
E-Mail Adresse: reaton@reaton.lv

HORECA – Lettland

Name: Baltic Restaurants Latvia SIA
Adresse: Elizabetes Str. 20, LV-1050 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6720 5599
Internetseite: www.balticrest.com
E-Mail Adresse: info@balticrest.lv
Weitere Länder: EE

Name: Coffee Inn SIA
Adresse: Audēju Str. 15, LV-1050 Riga
Telefon Nr.: 00 371 2779 9091
Internetseite: www.coffee-inn.lv
E-Mail Adresse: hello@coffeeinn.lt
Weitere Länder: LT

Name: DC restorāni SIA
Adresse: Brīvības Str. 57-28, LV-1010 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6729 7858
Internetseite: www.doublecoffee.lv
E-Mail Adresse: info@doublecoffee.com

Name: Later LTD SIA
Adresse: Audēju Str. 8, LV-1050 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6760 1306
Internetseite: www.lulu.lv
E-Mail Adresse: inese@lulu.lv

Name: Čilija Pizza SIA
Adresse: Brīvības Str. 155, LV-1012 Riga
Telefon Nr.: 00 371 2616 3355
Internetseite: www.cili.lv
E-Mail Adresse: info@cili.lt
Weitere Länder: LT

Name: Lido AS
Adresse: Ķengaraga Str. 6a, LV-1063 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6704 1201
Internetseite: www.lido.lv
E-Mail Adresse: info@lido.lv

Name: Lage Ko SIA
Adresse: Ieriķu Str. 15 - korpuss 3, LV-1084 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6716 4670
Internetseite: www.lage.lv
E-Mail Adresse: lage@lage.lv

HORECA – Litauen

Name: UAB Amber Food
Adresse: V. Kreves Av. 97, LT-50369 Kaunas
Telefon Nr.: 00 370 620 17904
Internetseite: www.charliepizza.lt
Kontaktperson: Jurgita Stalnioniene (Einkaufsleitung)
E-Mail Adresse: jurgita.stalnioniene@vici.eu

Name: Čili Holdings, UAB
Adresse: Žalgirio Str. 114, LT-09300 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2738777
Internetseite: www.cili.lt
E-Mail Adresse: info@cili.eu

Name: UAB Delano
Adresse: Ozo Str. 25, LT-03202 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 659 90577
Internetseite: www.delano.lt
Kontaktperson: Aukse Mikelaitiene (Einkaufsleitung)
E-Mail Adresse: aukse.mikelaitiene@delano.lt

6.4 Logistik

Logistik – Estland

Name: Itella Logistics OÜ
Adresse: Loomäe Str. 13, Lehmja küla, Rae vald, EE-75306 Harjumaa
Telefon Nr.: 00 372 699 0431
Internetseite: www.itella.ee
E-Mail Adresse: estonia@itella.com

Name: Balti Logistika AS
Adresse: Punane Str.73, EE-13619 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 605 6161
Internetseite: www.logistika.ee
E-Mail Adresse: estonia@baltilogistika.com
Weitere Länder: LT LV

Name: Antegro OÜ
Adresse: Viljandi Str. 5, Karksi-Nuia, EE-69104 Viljandi
Telefon Nr.: 00 372 615 0270
Internetseite: www.antegro.ee
E-Mail Adresse: info@antegro.ee

Name: Smarten Logistics AS
Adresse: Raeküla Str. 5, Rae küla, Rae Vald, EE-75301 Harjumaa
Telefon Nr.: 00 372 613 5800
Internetseite: www.smarten.ee
E-Mail Adresse: info@smarten.ee

Name: AMV Logistics OÜ
Adresse: Punane Str.72a, EE-13619 Tallinn
Telefon Nr.: 00 372 5886 2400
Internetseite: www.amvl.ee
E-Mail Adresse: info@amvl.ee

Logistik – Lettland

Name: A&A Logistics SIA
Adresse: Katlakalna Str. 11K, LV-1073 Riga
Telefon Nr.: 00 371 2944 8218
Internetseite: www.aalogistics.lv
E-Mail Adresse: multimodal@aalogistic.eu

Name: ACE Logistics Latvia SIA
Adresse: Ziemeļu Str. 4, Airport "Riga", LV-2167 Mārupe
Telefon Nr.: 00 371 6720 7049
Internetseite: www.ace.lv
E-Mail Adresse: road@ace.lv

Name: Baltic Logistic Solutions SIA
Adresse: Liepu Av. 4, LV-2111 Ķekava
Telefon Nr.: 00 371 6738 9250
Internetseite: www.bls.lv
E-Mail Adresse: office@bls.lv
Weitere Länder: LT EE

Name: Havi Logistics SIA
Adresse: A. Deglavas Str. 161, LV-1021 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6704 5200
Internetseite: www.havi-logistics.com

Name: Sonora Ekspedīcija SIA
Adresse: Dunties Str. 11, LV-1013 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6601 6006
Internetseite: www.sonora.lv
E-Mail Adresse: info@sonora.lv

Name: Vervo SIA
Adresse: Vienības Str. 198, LV-1058 Riga
Telefon Nr.: 00 371 6767 4570
Internetseite: www.vervo.lv
E-Mail Adresse: vita@vervo.lv

Logistik - Litauen

Name: UAB Tromina
Adresse: V.A. Graiciuno Str. 38, LT-2241 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2601929
Internetseite: www.tromina.lt
E-Mail Adresse: info@tromina.lt

Name: UAB "Schenker"
Adresse: Sausiu k., LT-21401 Traku r.
Telefon Nr.: 00 370 5 2602525
Internetseite: www.logistics.dbschenker.lt
E-Mail Adresse: info.lt@dbschenker.com
Weitere Länder: EE LV

Name: UAB „VILNIAUS TRANZITAS“
Adresse: J. Dobkeviciaus Str. 7, LT-02189 Vilnius
Telefon Nr.: 00 370 5 2320473
Internetseite: www.vtranzitas.lt
E-Mail Adresse: info@vtranzitas.lt

7 Messen

Messen – Estland

Name: International Agricultural Exhibition
Beschreibung: Ausstellung für Förster, Landwirte, Lebensmittelindustrie und anderen damit verbundenen Unternehmen. Die letzte Ausstellung hatte 40.890 Besucher, 450 Aussteller aus 9 Ländern auf 50.000 m² Ausstellungsfläche.
Nächster Termin: 21.-23. April 2016
Ort: Tartu Fairs Centre
Internetseite: www.maamess.ee

Name: Grillfest: Hea Toidu Festival
Beschreibung: Festival für gutes Essen mit 250 Ständen und 50.000 Besuchern in 2015.
Nächster Termin: 10.-11. Juni 2016
Ort: Pärnu, Vallikäär Meadow
Internetseite: www.grillfest.ee

Name: Tallinn Foodfair
Beschreibung: Die größte und wichtigste Messe für die Lebensmittelindustrie in Estland, mit 166 Ausstellern (36 – ausländische Aussteller) im Jahr 2015 mit 7.230 Fachbesuchern.
Nächster Termin: 27.-29. Oktober 2016
Ort: Estonian Fairs Centre, Tallinn
Internetseite: www.profexpo.ee/foodfair

Messen – Lettland

Name: Riga Food
Beschreibung: Die größte und wichtigste Messe für Lebensmittel in Lettland, mit den Messen Riga Food Drinks, Riga Food Regular Expo, Riga Food packing tech, Riga Food Innovation etc. 682 Aussteller aus mehr als 37 Ländern in 2015 und 37.783 Besucher insgesamt (70 % Fachbesucher)
Nächster Termin: 07.-10. September 2016
Ort: Kipsala International Exhibition Centre, Riga
Internetseite: <http://www.bt1.lv/bt1/rigafood/?link=10000000>

Messen – Litauen

Name: AGROBALT 2016
Beschreibung: 21. internationale Fachmesse für Landwirtschaft und Lebensmittel-industrie "AgroBalt 2016".
Nächster Termin: 31. März – 2. April 2016
Ort: Žalgiris arena, Kaunas
Internetseite: www.agrobalt.lt

Name: INTERNATIONAL WINE FAIR „VYNO DIENOS 2016”
Beschreibung: größte Wein- und Spirituosen-Messe in den baltischen Ländern, für Fachleute und Endverbraucher geöffnet, Treffpunkt für Wein- und Spirituosenproduzenten, internationale Importeure, Gourmet-Vertreter und Zulieferer, mit mehr als 3.600 Besucher.
Nächster Termin: 27.-28. Mai 2016
Ort: LITEXPO Exhibition and Congress Centre
Internetseite: www.vynodienos.lt und www.litexpo.lt

Name: BALTIC FOOD AND BEVERAGE EXHIBITION BAF'2016
Beschreibung: jährliche Veranstaltung und ein Festival für Ernährung
Nächster Termin: 10.-12. November 2016
Ort: Lithuanian Exhibition and Congress Centre LITEXPO
Internetseite: <http://www.litexpo.lt/en/event/137/show>

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Ernährung
und Landwirtschaft (BMEL)
11055 Berlin

Stand

April 2016

Ansprechpartner

Referat 424
(Absatzförderung, Qualitätspolitik)
Rochusstraße 1
53123 Bonn
Tel.: +49-(0)228-99529-3877
E-Mail: 424@bmel.bund.de

Text

BERENT Deutschland GmbH
Königstor 28
34117 Kassel
www.berent.com

Bearbeiter/-in; Redaktion

Flemming B. Bröcher
Vaida Bröcher
Johannes Erner
Tel.: 0561/503 44 210
E-Mail: info@berent.com

Umschlaggestaltung/Druck

BMEL

Haftungsausschluss

Trotz gründlicher Quellenauswertung und größtmöglicher Sorgfalt bei der Erstellung übernimmt BERENT Deutschland GmbH keine Haftung für die Inhalte der vorliegenden Marktanalyse bzw. für Schäden, die sich - direkt oder indirekt - durch Entscheidungen ergeben, die auf Grundlage der Inhalte der vorliegenden Marktanalyse getroffen werden.

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

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter
www.bmel.de/export