

tockanai.hr

Priča o jednom "slatkom" brendu, uspjehu koji počiva na tradiciji - Točka Na I

Darko Buković

4 – 6 minuta

Kraš, jedna od **najpoznatijih hrvatskih tvornica slatkiša**, sinonim za sve slatke grijehove u svakodnevnom životu, može se pohvaliti iznimno bogatom poviješću.

Priča počinje **prije više od stotinu godina**, krajem 19. stoljeća, kada je **čokolada** postajala sve popularniji proizvod u Europi. Ni Hrvatska, tada dio Austro-Ugarske Monarhije, nije bila iznimka. Iz te su potrebe i ljubavi prema slatkišima nastali temelji današnjeg Kraša, sinonima i jednog od prvaka konditorske industrije ne samo u nas, nego u cijelom području jugoistoka Europe.

E, da. U novom nastavku **Brend vremeplova** predstavljam vam (ne)poznate crtice iz povijesti hrvatskih brendova. Tradicija i povijest koju ne smijemo zaboravljati. Upravo ti *oldy&goldy* brendovi temelj su Brend revolucije ili evolucije, kako tko želi razmišljati. No, bez njih mnoge stvari na tržištu ne bi bile iste, zar ne?

Prva tvornica slatkiša na ovim prostorima

Prva tvornica slatkiša u Zagrebu zvala se “**Union**”, osnovana je 1911.

godine. Union je proizvodio čokoladu, bombone i kekse, postajući prvi organizirani proizvođač takvih proizvoda na prostoru tadašnje Hrvatske.

To je posebno bitno za priču o jednom vrhunskom Kraš proizvodu, uz podatak da je tada započela **proizvodnja mekanih karamela**, kao i deserta, u čijem je odjelu radio i poznati **slastičarski majstor Paul Eksner**. Paralelno s Unionom, 1923. godine osnovana je **tvornica keksa i vafla "Bizjak"** u Zagrebu, koja će kasnije odigrati važnu ulogu u povijesti Kraša.

Spoj tradicije i inovacije

Prvi bomboni s crtom, 505, počeli su se proizvoditi prije Drugog svjetskog rata, točnije 1936. zbog čega su nabavljeni i specijalni strojevi.

Najvažnije je da je tvrtka ostala uvelike vjerna svom naslijeđu

Samo dvije godine kasnije, 1938. stvara se **najtanja čokoladica na svijetu** od samo 15 grama. Zvuči poznato? Da, da, preteča **Životinjskog carstva**.

Još jedna zanimljivost iz bogate povijesti. Gotovo, vjerovali ili ne.

U tvornici Union, iz koje je nastao Kraš, proizvedena je 1946. (dakle odmah nakon rata) i **prva robna marka na ovim prostorima**. Naime, proizvedena je čokolada od 100 grama, ekskluzivno [za robnu kuću – Nama](#). Ako danas znamo kolika je vrijednost i koliki je postotak robnih marki u prodaji odnosno prihodima pojedinih trgovačkih lanaca, jasno je koji je to bio vizionarski potez ne samo Kraša, nego više Name, koja je time napravila iskorak u socijalističkom shvaćanju tržišta i planske trgovine.

Kako je nastao Kraš

Nakon rata, točnije godine 1950. "Union", "Bizjak" i još jedan manji proizvođač slastica, "**Mira**", udružili su se u jednu tvornicu, koja je dobilo ime po **istaknutom sindikalistu i narodnom heroju Josipu Krašu**. To ujedinjenje označilo je početak nove ere za konditorsku industriju u Hrvatskoj.

E, sad majstor Eksner je već od svog dolaska s vrijednom ekipom radio na nougat proizvodu iz kojega se kasnije, 1954. godine, razvila poznata **Bajadera**, Krašev najprepoznatljiviji brend proizvod. I da, Bajadera je ubrzo postala sinonim za luksuzne slastice u regiji, a do danas ostala jedan od zaštitnih znakova Kraša, zahvaljujući svojoj kvaliteti i prepoznatljivom okusu.

No, posebnosti Kraša i stalno ulaganje u modernizaciju tu ne prestaju.

Širenje asortimana

Osim čokolade, Kraš se proslavio i svojim asortimanom keksa, od kojih je najpoznatiji brend **Domaćica**, keks predstavljen 1957. godine.

Tijekom 1960-ih i 1970-ih Kraš je dodatno unaprijedio proizvodne tehnologije, šireći se i na tržišta izvan tadašnje Jugoslavije. Danas je Kraš prepoznat i kao krovni brend, ali i po svojim brendovima. Njegovi proizvodi, poput **Tortice**, **Ki-Ki bombona**, **Bronhi karamela** i **Griotte pralina**, simbol su tradicije i kvalitete.

O izazovima privatizacije i pretvorbe drugom prilikom.

Kraš u životima ljudi kroz generacije

Možda najvažnije je da je tvrtka ostala uvelike vjerna svom naslijeđu.

Gledano iz današnje perspektive, Kraš nije samo tvrtka; on je **dio kulturne i gospodarske povijesti industrijske Hrvatske**. Njegovi

proizvodi generacijama su prisutni u životima ljudi, a mnogi od njih izazivaju nostalgične uspomene na djetinjstvo.

Za svoje vrijeme bili su predvodnici brend revolucije, dokaz i da uspjeh dolazi iz spoja tradicije, kvalitete i inovativnosti.

#brendrevolucija br.7

Projekt izrade serijala tekstova [Brend Revolucija](#), autora Darka Bukovića, objavljen je uz financijsku potporu Agencije za elektroničke medije iz Programa za poticanje novinarske izvrsnosti za 2024. godinu.