



Ansprechpartner für die Presse

Andreas Berndt, Direktor Marketing / PR /Gastronomie

Einbecker Brauhaus AG

Papenstraße 4- 7, D - 37574 Einbeck

Telefon (0 55 61) 797 233

Telefax (0 55 61) 797 223

E-Mail presse@einbecker.com

Pressemitteilung zum 1. Halbjahr 2010

Einbecker Brauhaus setzt auf antizyklisches Verhalten

- Investitionen in etablierte Marke Einbecker
- Fokussierte Wert- und Wachstumsstrategie

Einbeck, den 16.08.2010. – Der immer härter werdende Wettbewerb belastet die deutsche Brauwirtschaft zunehmend. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden verzeichneten die deutschen Brauereien im ersten Halbjahr 2010 einen weiteren Absatzrückgang um minus 0,7 % auf 49,0 Mio. hl. Die Absatzmenge des versteuerten Inlandsabsatzes ging gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres um minus 2,1 % auf 41,3 Mio. hl zurück. Bei den Biermischgetränken gab es einen Einbruch von 4,3 % auf rund 2,0 Mio. hl. In diesem schwierigen Marktumfeld verzeichnete auch die Einbecker Brauhaus AG einen Absatzrückgang um minus 1,2 % auf 393.996 hl per 30.06.2010.

Wesentliche Einflussfaktoren für die negative Entwicklung des Gesamtbeermarktes waren vor allem das außergewöhnlich kalte und unbeständige Wetter, die Auswirkungen des Nichtraucherschutzgesetzes und die ungünstige demographische Entwicklung. Trotz erster Anzeichen einer Entspannung in der Finanz- und Wirtschaftskrise zeigen die Verbraucher weiterhin eine deutliche Konsumzurückhaltung, speziell in der Gastronomie und bei Veranstaltungen. Auch die positiven Absätze im Monat Juni mit plus 7,8 % aufgrund des Sommerwetters und der Fußball-Weltmeisterschaft konnten das negative Absatzergebnis der ersten fünf Monate nicht vollständig auffangen.

„Das haben auch wir in unserer Absatzstatistik zu spüren bekommen“, so der Vorstand der Einbecker Brauhaus AG. „Während unsere Marke „Nörten-Hardenberger“ auf Vorjahresniveau lag, konnten insbesondere „Einbecker Pilsener“, Göttinger und unsere Kasseler Marken diesen Marktbedingungen nur schwer trotzen. Hinzu kamen massive und volumenfixierte Aktionsverkäufe der nationalen Anbieter, die für einen ruinösen Preisverfall gesorgt haben und mit denen wir im direkten Wettbewerb stehen.“ Die niedersächsische Traditionsbrauerei erteilt diesem Prinzip, profilierte Marken unter Wert zu verschleudern, eine deutliche Absage. Den verschärften Rahmenbedingungen setzt die Einbecker Brauhaus AG stattdessen eine werthaltige Markenpolitik entgegen.



Ansprechpartner für die Presse

Andreas Berndt, Direktor Marketing / PR /Gastronomie

Einbecker Brauhaus AG

Papenstraße 4- 7, D - 37574 Einbeck

Telefon (0 55 61) 797 233

Telefax (0 55 61) 797 223

E-Mail presse@einbecker.com

Der Vorstand: „Wir verzichten lieber auf unprofitable Hektoliter, um unsere ertragsstarken Marken mittel- und langfristig zu erhalten. Umso mehr freuen wir uns, dass unsere strategischen Marken „Einbecker Brauherren Pils“, „Einbecker Dunkel“, „Einbecker Brauherren Alkoholfrei“ und „Einbecker Diät-Pils“ sich mit einem Plus von 2,1 % per 30.06.2010 weiterhin sehr erfreulich entwickelt haben. Der beste Beweis, dass wir auf dem richtigen Weg sind, den zu verlassen sich nur kurzfristig lohnen würde. Für die möglichen Hektoliterzuwächse würden wir im Endeffekt einen hohen Preis zahlen.“

ANTIZYKLISCHE CHANCEN NUTZEN

Dem hohen, von Überkapazitäten geprägten Mengen-, Preis- und Aktionsdruck stemmt sich die Einbecker Brauhaus AG daher auch weiterhin konsequent entgegen. „Damit verbunden ist, dass wir uns nicht auf alten Erfolgen ausruhen. Statt passiv abzuwarten verhalten wir uns antizyklisch und nehmen dabei bewusst auch eine vorübergehende Durststrecke in Kauf“, betont der Vorstand. „Der gute Name, das Profil und die Persönlichkeit einer Marke will gerade auch in schwierigen Zeiten gepflegt werden. Wir investieren daher gezielt in den Markt und damit auch in die Zukunft unserer etablierten Marke Einbecker.“

FOKUSSIERUNG AUF EINBECKER EXKLUSIV-FLASCHE

Schon in der Vergangenheit hat die Einbecker Brauhaus AG nicht nur rechtzeitig, sondern vor allem erfolgreich bewiesen, dass eine langfristig angelegte Strategie mit Fokus auf antizyklische Wachstumsprojekte der richtige Weg ist. Im Mittelpunkt der Aktivitäten steht daher auch weiterhin das Sortiment in der Einbecker Exklusiv-Flasche. Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2010 standen bei der Einbecker Brauhaus AG erneut gezielte Marketingaktivitäten sowie bedarfsgerechte Produkt- und Gebundeneuheiten im Fokus.

EINBECKER GEBINDEINNOVATIONEN 2010

Nachdem vor einem Jahr der Markenauftritt aller Sorten in der Einbecker Exklusiv-Flasche aktualisiert und für jüngere Zielgruppen erfolgreich geöffnet wurde, hat die niedersächsische Traditionsbrauerei nun einen neuen, hochwertigen Einbecker



Ansprechpartner für die Presse

Andreas Berndt, Direktor Marketing / PR /Gastronomie

Einbecker Brauhaus AG

Papenstraße 4- 7, D - 37574 Einbeck

Telefon (0 55 61) 797 233

Telefax (0 55 61) 797 223

E-Mail presse@einbecker.com

Individualkasten eingeführt. Seit Mitte Mai 2010 sind die neuen 20er-Mehrwegkästen im unverkennbaren Einbecker Design mit sehr guter Resonanz im Markt.

Auch bei absatzstarken Kleingebinden wie den 5-Liter-Partyfässen und den 6er-Mehrwegträgern sorgt Einbecker für frischen Wind im Markt. So verzeichnet der neue Sixpack für die strategischen Marken "Einbecker Brauherren Pils", „Einbecker Brauherren Alkoholfrei“ (ab Ende 2010) und „Einbecker Ur-Bock“ erfreuliche Absatzimpulse. Alle Einbecker Sorten im 6er-Mehrwegträger werden zudem noch in diesem Jahr in einem eigenen Transportkasten angeboten.

SPÜRBARER IMAGEZUWACHS

Zusammen mit einer deutlich sichtbaren Werbepresenz auf Plakaten, in Funkspots, im Internet und bei Promotion im Handel und in der Gastronomie sorgte der einheitliche Einbecker Markenauftritt für einen spürbaren Imagezuwachs. Der Vorstand: „Das ist unser wertvollstes Kapital - und wir sind überzeugt, dass sich dies auch mittelfristig wieder im Ertrag zeigen wird.“ Attraktive Sponsoring- und Eventmaßnahmen wie das Einbecker Blues Festival, die Einbecker Mai-Ur-Bock- und Einbecker Winter-Bock-Anstiche oder auch die Partnerschaft mit den Hannover Scorpions runden die Aktivitäten ab.

AUSBLICK 2010

Der Biermarkt wird nach Ansicht der Einbecker Brauhaus AG auch im zweiten Halbjahr 2010 einem hohen Mengen- und Preisdruck unterliegen. Auf diese Marktbedingungen hat sich die Einbecker Brauhaus AG eingestellt. „Aufgrund der weiterhin vorhandenen Überkapazitäten und der negativen Absatzentwicklung im ersten Halbjahr 2010 beurteilen wir die Entwicklung auf dem deutschen Biermarkt weiterhin zurückhaltend“, so der Vorstand. „Mit der Optimierung der Vertriebsorganisation, den getätigten Marketing- und Marktinvestitionen sowie optimierter Prozessabläufe rechnen wir dennoch mit einem Anstieg der Umsatzerlöse sowie einer verbesserten Kostenstruktur, um so in 2010 einen Jahresüberschuss zu erzielen.“

Weitere Informationen auch unter www.einbecker.de