



Warsteiner Gruppe zeigt sich widerstandsfähig

Warstein, 19. Januar 2010

Inlandsentwicklung besser als der Markt / Wirtschaftskrise beeinflusst Exportgeschäft

Warstein, im Januar 2010 – Die Warsteiner Gruppe hat sich im Geschäftsjahr 2009 widerstandsfähig gezeigt und konnte mit einem Absatzvolumen von 4,12 Mio. hl im Inland leicht besser abschneiden als noch zur Jahresmitte erwartet. Während der Gesamtmarkt in Deutschland voraussichtlich mit einem Minus von 3,2% (Quelle Deutscher Brauer-Bund: Jan. – Nov. 2009 vs. Vorjahr) abschließen wird, setzte die Warsteiner Gruppe im Inland 1,4% weniger Getränke als im Vorjahr ab, wobei sich das Gastronomiegeschäft erwartungsgemäß schwieriger entwickelte als der Vertrieb über den Handel.

Nicht überraschend wirkte sich die globale Wirtschaftskrise negativ auf das Exportgeschäft der Gruppe aus, das um 10,6% auf 640 000 hl zurückging. Insbesondere in den USA griffen die Verbraucher seltener zu hochpreisigen importierten Premium-Bieren, die unter anderem auch wegen des weiterhin starken Euros gegenüber dem amerikanischen Dollar sehr viel teurer angeboten werden als heimische US-Biere. Die Importmärkte der Euro-Zone zeigten sich dagegen robuster. Inklusive der Absätze der argentinischen Tochtergesellschaft Casa Isenbeck erreichte die Warsteiner Gruppe 2009 einen Gesamtausstoß von 5,7 Mio. hl, wobei erstmals sämtliche Absätze aus dem Lizenzgeschäft im Ausland unberücksichtigt blieben. Der vorläufige Gesamtumsatz der Gruppe 2009 (inklusive Welcome Hotels) beläuft sich auf voraussichtlich 560 Mio. Euro (- 3,4%).

In den Jahren zuvor hatte die Warsteiner Gruppe in die Berechnung ihres Gesamtabsatzvolumens grundsätzlich die Absatzmengen aus dem Lizenzgeschäft und ihrer Mehrheitsbeteiligungen an drei Brauereien in Afrika einfließen lassen. Der Verkauf dieser Mehrheitsbeteiligungen, der im Sommer 2008 zu einer Kooperation mit der französischen Castel Gruppe auf dem afrikanischen Kontinent führte, legte die jetzt für das Geschäftsjahr 2009 angewandte, internationalen Standards entsprechende Berechnungsmethode nahe. Für den erstmals auf dieser neuen Grundlage berechneten Gruppenabsatz 2009 entfällt somit die Vergleichsbasis gegenüber 2008. Während die Marke Warsteiner in Deutschland 2009 einen Absatzrückgang von -3,3% verzeichnete, erzielten alle anderen Marken der Gruppe zusammen ein Plus von 1,1%. „Insgesamt besser als der Gesamtmarkt in Deutschland abgeschnitten zu haben, stimmt uns einigermaßen zufrieden“, kommentiert Catharina Cramer, geschäftsführende Gesellschafterin der Warsteiner Gruppe, die Unternehmensentwicklung. Allerdings blieben die Herausforderungen im neuen Jahr angesichts der weiterhin schwierigen Rahmenbedingungen groß. „Insbesondere unser Auslandsgeschäft ist von der internationalen Wirtschaftsentwicklung stark abhängig, aber auch hierzulande hinterlassen die rückläufige Kaufkraft und Verunsicherung der Verbraucher ihre Spuren“, so Cramer, „vor allem in der Gastronomie.“

Beim Fassbier verzeichnete die Marke Warsteiner (Inland und Export) ein Minus von 8,3%, während der Flaschenbierabsatz lediglich um 4% zurückging, so dass sich für die Marke insgesamt – bedingt durch das schwierige Exportgeschäft – ein Minus von 4,9% ergibt.

Trotz des schwierigen Marktumfeldes konnten sich die Brauereien der Warsteiner Gruppe in einzelnen Geschäftsbereichen positiv gegen rückläufige Markttrends entwickeln. Die Privatbrauerei Frankenheim schaffte es, den

Marktanteil ihrer Marke Frankenheim Alt im Handel zu erhöhen, und erzielte beim Flaschenbierabsatz ein Plus von 3%, während der Gesamtmarkt Altbier insgesamt um 7% nachgab.

Ähnliche Tendenzen verzeichnete die Herforder Brauerei, die im Kernmarkt ebenfalls im Handel besser als der Gesamtmarkt abschnitt und mit dem Steini-Gebinde sogar ein leichtes Plus erzielte, während sich das Gastronomiegeschäft der allgemeinen Marktentwicklung nicht entziehen konnte. Die irischen Marken Guinness und Kilkenny, die die Warsteiner Gruppe über den deutschen Handel vertreibt, setzten ihre positive Entwicklung fort und erfreuten mit einem Absatzplus von 7%.

Für einen Lichtblick im aktuell schwierigen Gastronomiegeschäft sorgte die Marke König Ludwig: in den vom nationalen Gastronomieaußendienst der Warsteiner Gruppe betreuten Objekten machte die Dachmarke gegenüber dem Vorjahr einen Sprung um mehr als 6%. Im Handelsgeschäft konnten die Marken König Ludwig Hell (+7%) und König Ludwig Alkoholfrei (+36%) – wenn auch noch auf recht niedrigem Niveau – punkten.

„Nach der erfolgreich abgeschlossenen Integration unserer Brauereien in die Unternehmensgruppe sowie der Umstrukturierung des Vertriebs in die separaten Geschäftsfelder Handel und Gastronomie sind wir für 2010 gut aufgestellt, um auf die weiterhin zu erwartenden Veränderungen und Ausschläge im Markt angemessen und zeitnah reagieren zu können“, blickt Brauerei-Chefin Catharina Cramer nach vorn. „Die Bündelung unserer Kräfte, unser regionales und nationales Markenportfolio wie auch unser engagiertes Auftreten im Ausland helfen uns, trotz des schwierigen Gesamtumfeldes zukunftsfähig zu bleiben.“

Die Warsteiner Brauerei

Die Warsteiner Brauerei, gegründet 1753, zählt zu den größten Privatbrauereien Deutschlands.

Ihr Flaggschiff ist die Marke WARSTEINER Premium Verum, die deutschlandweit zu den beliebtesten Biermarken zählt. Darüber hinaus gehören die Biermischgetränke WARSTEINER Premium Orange, Lemon und Cola, WARSTEINER Premium Radler sowie WARSTEINER Premium Alkoholfrei zum Produkt-Portfolio.*

Neben der Warsteiner Brauerei gehören zur Warsteiner Gruppe auch die Paderborner Brauerei Haus Cramer KG (Paderborner, Isenbeck, Weissenburg), die Herforder Brauerei (u.a. Herforder Pils, Herforder 50/50) sowie Beteiligungen an der König Ludwig GmbH & Co. KG Schlossbrauerei Kaltenberg (König Ludwig Dunkel, König Ludwig Weissbier), der Frankenheim Brauerei (Frankenheim Alt, Frankenheim Blue). Mittlerweile vertreibt die Warsteiner Gruppe ihre Produkte in über 60 Ländern der Welt.*

** koffeinhaltig*

Für nähere Informationen:

Stefan Leppin

Leiter Unternehmenskommunikation

Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG

Domring 4-10

59581 Warstein

Tel: 02902-88 1337

Fax: 02902-88 2337

E-Mail: sleppin@warsteiner.com

Homepage: www.warsteiner.com