

Brau Union: Tolles Plus

- Innovationsfokus heuer auf Radler, AF- Bier
- Umsatz stieg 2015 um 3,3 Prozent



Brau Union-Gen.Dir. Dr. Markus
Marketingchef Andreas Stieber

Gösser, Österreichs stärkste Biermarke, ist ein Export-schlager. „Gösser wird immer mehr zu einer internationale Marke“, so Brau Union-Chef Dr. Markus Liebl. Zum Export kommen noch Lizenzmengen wie beispielsweise 250.000 Hektoliter in Russland. In Ungarn kommen noch mal 100.000 Hektoliter in Lizenz dazu. Derzeit kommt die Marke, die in Österreich mit 15 Prozent Marktanteil die Leaderposition innehat, auf 1,2 Millionen Hektoliter. Liebl: „In einigen Jahren könnten das schon zwei Millionen Hektoliter sein“. Zweite starke Lizenzmarke ist Edelweiss, die seit dem Vorjahr auch in Frankreich in Lizenz erzeugt wird.

Überhaupt sorgte der Export (Anteil: knapp zehn Prozent) in der Bilanz 2015 für ein sattes Wachstum. Während der Inlandsabsatz 2015 leicht um 0,5 Prozent auf 4,6 Millionen Hektoliter zulegen konnte, katapultierte sich der Export um 25 Prozent auf 412.000 Hektoliter nach oben. Hauptländer sind Italien, Deutschland, Slowenien.

Innovativ heuer mit Gösser, Puntigamer.

Wachstumspotenzial stecken auch in Innovationen und hier liegt der Fokus weiterhin auf alkoholfreiem Bier und Radler. Unter Puntigamer geht ein Radler-Duo auf Käuferschau. Das erfolgreiche Gösser Kracherl startet in der Leichtflasche für unterwegs. Marketingchef Andreas Stieber zu REGAL: „Wir sind damit bei den großen Playern gelistet.“

Mehr Marktanteil im LEH. Starke Marken mit weniger Alkohol sowie ein gutgelauntes Wetter brachten dem Bierriesen 2015 beim Umsatz letztendlich ein Plus von 3,3 Prozent auf 689,4 Millionen Euro.

Zum Vergleich: 2014 lag das Plus bei 1,5 Prozent. Im LEH konnte der Branchenprimus seinen Marktanteil um 0,3 Prozent ausbauen und kommt auf knapp über 50 Prozent Marktanteil. Liebl, der weiterhin für die Bierkultur kämpft: „Besonders erfolgreich war die 0,5 Liter Mehrwegflasche und das 0,33 Liter-Gebinde. Rückgänge gab es bei der Dose.“

Der gesamte Bierabsatz erhöhte sich um 2,3 Prozent auf über fünf Millionen Hektoliter. Inklusive aller Getränke verkaufte das Unternehmen insgesamt 5,5 Millionen Hektoliter (Plus 2,1 Prozent). Auch die neue Kategorie Cider konnte am Markt etabliert werden.

Das starke Investitionsniveau des Vorjahres von 64 Millionen Euro behält das Unternehmen auch 2015 bei. Der nachhaltig verfolgte Öko-Weg wurde belohnt. Für 2016/2017 konnte sich die Brau Union Österreich die Auszeichnung GREEN BRANDS Austria sichern.



Cider-Marke Strongbow war der Aufsteiger

