

Geschäftsjahr 2006: Wachstum gegen den Markttrend

Eckes-Granini Gruppe „saftig“ im Plus

Zweistelliges Umsatzwachstum und Absatzplus / Europäische Expansion fortgeführt / Investitionen in Endverbraucherkommunikation intensiviert / Unternehmenswertsteigerung weiter vorangetrieben

Nieder-Olm, 9. Mai 2007. Die Eckes-Granini Group GmbH¹, die internationale Unternehmensgruppe für alkoholfreie, fruchthaltige Getränke der Eckes AG mit Sitz in Nieder-Olm bei Mainz (Rheinland-Pfalz), hat ihre Wachstums- und Expansionsstrategie 2006 erfolgreich vorangetrieben. „Wir sind beim Umsatz und Absatz signifikant gewachsen und haben unsere Position als einer der führenden Markenhersteller von fruchthaltigen Getränken in Europa erneut ausgebaut“, erklärte Thomas Hinderer, Vorsitzender der Geschäftsführung.

Die Eckes-Granini Gruppe ist im abgelaufenen Geschäftsjahr um 100 Mio. Euro bzw. rund 14 Prozent gewachsen und erzielte einen Umsatzsprung auf 818 Mio. Euro (2005: 718 Mio. Euro). Rechnet man den Umsatz der im Mai 2006 übernommenen Mineralwasser-Distribution von Szentkirályi Wasser (Ungarn) heraus, steigerte die Gruppe ihren Nettoumsatz um 84 Mio. Euro bzw. 11,7 Prozent auf 802 Mio. Euro. Damit konnte die Eckes-Granini Gruppe ihre Position als einer der führenden Markenhersteller von fruchthaltigen Getränken in Europa mit einem wertmäßigen Marktanteil von 13,7 Prozent im Kerngeschäft der fruchthaltigen Getränke (Daten aus sieben Kernländern, Lebensmittelhandel) weiter ausbauen. Die Unternehmensgruppe beschäftigt rund 1.500 Mitarbeiter und ist an zehn Standorten in Europa mit eigenen Ländergesellschaften vertreten (Deutschland, Finnland, Frankreich, Litauen, Österreich, Rumänien, Russland, Spanien, Schweiz und Ungarn).



¹ Die Eckes-Granini GmbH & Co. KG wurde mit Wirkung zum 30. Januar 2007 in die Eckes-Granini Group GmbH formgewechselt. Alle im Text genannten Geschäftszahlen beziehen sich für das Geschäftsjahr 2006 auf die Eckes-Granini GmbH & Co. KG.

Erstmals Absatzmilliarde überschritten

Mit einem Absatzvolumen von 978 Mio. Litern an fruchthaltigen Getränken steigerte die Gesellschaft ihr Wachstum im Kerngeschäft um 9 Prozent (2005: 896 Mio. Liter). Den größten Anteil am Mengenwachstum hatten die Ländergesellschaften in Deutschland (+ 12,4 Prozent), Frankreich (+ 7,1 Prozent) und Russland (+ 65,7 Prozent). Bezieht man das Volumen von 90 Mio. Litern Mineralwasser aus Ungarn mit ein, erhöht sich der Gesamtabsatz auf 1.067 Mio. Liter. Damit überschreitet die Gruppe erstmals die Marke von einer Milliarde verkaufter Liter.

Mit diesen Wachstumsraten konnte sich die Eckes-Granini Gruppe mit ihren international bekannten Marken granini und hohes C sowie starken lokalen Marken von der allgemeinen Marktentwicklung der europäischen Fruchtsaftindustrie abkoppeln. Diese war im vergangenen Jahr durch steigende Rohstoffpreise, insbesondere für Orangensaftkonzentrat, und einen insgesamt nur moderat wachsenden, teilweise sogar rückläufigen Konsum geprägt.

Investition in Endverbraucherkommunikation deutlich gesteigert

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) von 37 Mio. Euro wertet die Geschäftsführung als ein „erfreuliches Resultat“, das jedoch erwartungsgemäß unter dem Rekordwert von 2005 (43,6 Mio. Euro) blieb. Neben den extrem gestiegenen Rohstoffpreisen, die nicht in vollem Umfang an den Markt weitergegeben werden konnten, wurde das Ergebnis auch durch gestiegene Marketingausgaben beeinflusst. „Wir haben die Investitionen in Endverbraucherkommunikation um 15 Prozent erhöht“, erläutert Hinderer mit Blick auf die nachhaltige Stärkung der Marken. So wurde beispielsweise die Einführung von hohes C Roter Multivitamin in Deutschland, Österreich und Ungarn sehr erfolgreich mit TV-Werbung unterstützt.



Europäisierung des Geschäfts vorangetrieben

Auch die europäische Expansion der Gesellschaft wurde erneut konsequent vorangetrieben: Mit der Akquisition des litauischen Marktführers UAB Elmenhorster Vilnius konnte die Marktposition in der baltischen Region deutlich gestärkt werden. In Zusammenarbeit mit Carlsrom Beverage Co. startete die neu gegründete Tochtergesellschaft Eckes-Granini Romania die Vermarktung von granini in Rumänien. Der in vielen europäischen Ländern verbreitete Trend zu PET spiegelte sich in den Investitionen wider: Mit der Inbetriebnahme weiterer PET-Abfüllanlagen in Bröl (Deutschland) und Mâcon (Frankreich) wurde dieser steigenden Nachfrage Rechnung getragen.

Mit dem 2006 erzielten Ergebnis hat die Eckes-Granini Gruppe ihren Erfolgskurs fortgesetzt – und vor allem eine deutliche, nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts erreicht. „Wir wollen den Wert der Eckes-Granini Gruppe auch in den nächsten Jahren weiter signifikant steigern“, sagte Hinderer.

Marktführerschaft in Deutschland weiter ausgebaut

Der deutsche Markt für fruchthaltige Getränke hat sich 2006 mit einem Absatzrückgang von 3,7 Prozent im Lebensmittelhandel insgesamt weiter rückläufig entwickelt. Entgegen diesem Trend steigerte die Länder-gesellschaft Eckes-Granini Deutschland ihren Umsatz von 252 auf 284,5 Mio. Euro sowie den Absatz von 324 auf 364,5 Mio. Liter und erzielte damit Wachstumsraten von jeweils rund 13 Prozent. „Mit unseren Marken hohes C, granini und FruchtTiger haben wir den Absatz im Kerngeschäft nochmals signifikant erhöht. Parallel dazu ist es uns gelungen, sehr erfolgreich mit neuen Produkten im Handel und in der Gastronomie zu wachsen“, erklärte Heribert Gathof, Geschäftsführer Eckes-Granini Deutschland. Die deutsche Ländergesellschaft beschäftigt mehr als 550 Mitarbeiter, die am Firmensitz Nieder-Olm (Rheinland-Pfalz) sowie an den Produktionsstandorten Bad Fallingbostel (Niedersachsen) und Bröl (Nordrhein-Westfalen) arbeiten. Rund eine Mio. Liter hohes C, granini und FruchtTiger werden täglich in Deutschland getrunken.



Weiteres Wachstum der Gruppe geplant

Für 2007 rechnet die Unternehmensgruppe mit einer eher stagnierenden Marktentwicklung, die Rohstoffsituation wird nach Einschätzung der Geschäftsführung preislich weiterhin angespannt bleiben. So plant die Eckes-Granini Group GmbH ein moderates Wachstum, das überwiegend organisch sowie durch Akquisitionen und strategische Allianzen realisiert werden soll. „Wir übernehmen dabei nur Marken, die zu uns passen, und integrieren sie intelligent in unser Netzwerk“, erklärte Hinderer. Im Sinne der nachhaltigen, langfristig ausgerichteten Steigerung des Unternehmenswerts werden auch im Jahr 2007 die Investitionen in die Marken nochmals erhöht.

Große Erwartungen setzt das Unternehmen in die Erschließung zusätzlicher Absatzpotenziale in den Wachstumsbereichen „Durstlöschen/Erfrischen“ sowie „gekühlte Säfte“. Im Durstlöschersegment hat man jüngst mit hohes C Naturelle – eine Kombination aus Fruchtsaft und stillem Mineralwasser – ein weiteres viel versprechendes Trendkonzept lanciert. Mit speziell für das Kühlregal entwickelten Produkten – wie zum Beispiel granini Sonnenfrisch, das 2007 in mehreren europäischen Ländern im Markt eingeführt wird, – entspricht Eckes-Granini der gestiegenen Nachfrage nach kühlfrischen Säften.

Für weitere Informationen:
Sybille Wacker / Britta Fey, Engel & Zimmermann AG
Agentur für Wirtschaftskommunikation
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 0 89 / 89 35 633
E-Mail: info@engel-zimmermann.de

