

Eckes-Granini Gruppe zufrieden mit Geschäftsjahr 2009:

Trotz spürbarem Umsatzrückgang Ergebnis deutlich über Vorjahr

Umsatz 827 Mio. EUR (- 9,8%) / Absatz 1.007 Mio. Liter (- 7,2%) / EBIT 58 Mio. EUR (+ 19,8%) / Ergebnissteigerung durch Portfolio-Optimierungen und Kosteneinsparungen / Effizienz entlang der gesamten Supply Chain nachhaltig erhöht / Massive Investitionsprogramme und aktives Kostenmanagement

Nieder-Olm / Frankfurt, 18. Mai 2010. Die Eckes-Granini Group GmbH, die internationale Unternehmensgruppe für alkoholfreie fruchthaltige Getränke der Eckes AG, hat das Geschäftsjahr 2009 (31.12.) insgesamt zufrieden stellend abgeschlossen. „Auch wir haben die Auswirkungen der Rezession und die damit verbundene Kaufzurückhaltung der Verbraucher in Europa zu spüren bekommen“, sagt Thomas Hinderer, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Dennoch haben wir unsere Position als eines der führenden Unternehmen im Markt für fruchthaltige Getränke in Europa nicht nur behaupten, sondern in einigen Ländern sogar ausbauen können.“ Vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise verzeichnete der Markt für fruchthaltige Getränke in Europa 2009 im Vergleich zum Vorjahr sowohl einen volumen- als auch einen wertmäßigen Rückgang.

Absatz und Umsatz 2009 unter Vorjahr, Marktanteil stabil

Trotz der angespannten Marktlage konnte die Eckes-Granini Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr ihren wertmäßigen Marktanteil in Höhe von 12,2% (2008: 12,1%) geringfügig ausbauen und ihre führende Position verteidigen.



Der Gruppenumsatz lag mit 827 Mio. EUR (2008: 917 Mio. EUR) um 9,8% unter dem Vorjahresniveau. Im Kerngeschäft der fruchthaltigen Getränke belief sich der Umsatz mit einem Minus von 9,9% auf 802 Mio. EUR (2008: 889 Mio. EUR). Berücksichtigt man die Effekte des 2008 erfolgten Ausstiegs aus dem Geschäft in Russland sowie aus dem Verkauf des französischen Handelsmarkengeschäfts, ergibt sich ein Umsatzrückgang von rund 7%. Zu den stärksten Umsatzmärkten innerhalb der Gruppe* gehörten – neben Deutschland (38%) und Frankreich (19%) – Spanien, Finnland und Ungarn (jeweils 7%).

Das Gesamtvolumen sank gegenüber dem Vorjahr um 7,2% auf 1.007 Mio. Liter (2008: 1.086 Mio. Liter) bzw. im Kerngeschäft der fruchthaltigen Getränke um 8,3% auf 881 Mio. Liter (2008: 960 Mio. Liter). Um die genannten Desinvestitionen bereinigt, ergibt sich ein Absatzrückgang von 4%. Bei den Marken ist es im vergangenen Jahr hohes C (Deutschland, Österreich, Schweiz) gelungen, den Absatz um 7% zu steigern.

Ergebnis konsequent und nachhaltig gesteigert

Trotz des Umsatzrückgangs verbuchte die Eckes-Granini Gruppe im Geschäftsjahr 2009 eine deutliche Ergebnissteigerung: So erhöhte sich das Ergebnis vor Zinsen und Steuern um 19,8% auf 58 Mio. EUR (2008: 48,4 Mio. EUR). „Es hat sich auch im vergangenen Jahr gezeigt, dass die konsequente Umsetzung unserer nachhaltigen Wertschöpfungsstrategie Früchte trägt“, so Hinderer. Positive Effekte haben sich zum einen aus der strategischen Optimierung des Länder-, Marken- und Produktportfolios ergeben, unter anderem mit dem Ausstieg aus dem russischen Geschäft sowie dem Verkauf des Handelsmarkengeschäfts in Frankreich.



* Anteil der Länder am Umsatz der Eckes-Granini Gruppe, gerundet (Basis: Kerngeschäft fruchthaltige Getränke).

Zum anderen zahlten sich die Kosteneinsparungen – erzielt durch Effizienzsteigerungen – entlang der gesamten Supply Chain aus. Diesen vorausgegangen waren massive langfristige Investitionen in moderne Anlagen und Prozesse insbesondere in Deutschland, Frankreich und Schweden. In den vergangenen drei Jahren hatte man hier rund 100 Mio. EUR investiert, um die Standorte für den Wettbewerb sowie künftige Herausforderungen gut aufzustellen. Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen hat die Eckes-Granini Gruppe auch 2009 hohe Investitionen in die werbliche Unterstützung der Marken und Produkte getätigt.

Stets an den Wünschen der Verbraucher orientiert

Verbrauchertrends und Konsumentenbedürfnisse standen auch im vergangenen Jahr im Mittelpunkt der Innovationstätigkeit der Eckes-Granini Gruppe. Vor allem der Aspekt „Natürlichkeit & Vertrauen“ – neben Premium & Genuss, Stärkung von Körper & Geist sowie Convenience eine der vier „Innovationsplattformen“ des Unternehmens – wurde bei der Entwicklung neuer Konzepte besetzt. So hat die Gruppe im laufenden Jahr bereits begonnen, entsprechende Produktneuheiten einzuführen: Dazu gehören beispielsweise hohes C mit dem Produktkonzept „Heimische Früchte“ in Deutschland und Marli mit der Subrange „Tarhurin“ in Finnland oder auch die Marken Elmenhorster und SIÓ. Hinderer: „Mit diesen Angeboten werden wir der steigenden Nachfrage der Verbraucher nach heimischen Produkten, die authentisch und natürlich sind, gerecht.“

Neben der Entwicklung neuer Konzepte spielte die Erweiterung bereits bestehender Sortimente eine wichtige Rolle. Erfolgreich verlief dabei die Einführung neuer Varianten für die Ranges hohes C Naturelle und granini Frucht Prickler (Deutschland) sowie zusätzlicher Geschmacksrichtungen für granini in Rumänien. In Ungarn wurde das Premium-Angebot der Marke SIÓ auf PET umgestellt ebenso wie das granini-Sortiment in der 1,0 Liter-Glasflasche in Spanien.



Dort markierte zudem granini Sabores de Naranja mit Säften, die auf geschmacklich unterschiedlichen Orangensorten basieren, eine wichtige Innovation. In Finnland gelang es, mit der Übertragung des Konzepts von Marli Natur ins Sirupsegment neue Impulse zu setzen; in Frankreich hat man mit dem Relaunch der Range Joker Pulpéa ein weiteres neues Angebot auf den Markt gebracht.

Resultierend aus der eingehenden Betrachtung und Überprüfung interner Strukturen und Abläufe entlang der gesamten Supply Chain wurden diese gruppenweit neu ausgerichtet und den Markterfordernissen angepasst. Darüber hinaus stand die kontinuierliche Verbesserung der Produktqualität und -sicherheit im Fokus: Vier Produktionsstandorte erfüllten im abgelaufenen Geschäftsjahr die Anforderungen des International Food Standard (IFS), die Zertifizierung weiterer Werke soll 2010 folgen.

Ausblick: Strategie konsequent fortsetzen

Aufgrund der sich fortsetzenden Aus- und Nachwirkungen der weltweiten Wirtschaftskrise ist davon auszugehen, dass die Märkte 2010 weiter unter Druck sein werden. „Trotz der Herausforderungen dieses schwieriger werdenden Umfelds werden wir unsere langfristig angelegte Strategie mit Fokus auf die kontinuierliche Steigerung des Unternehmenswerts konsequent fortsetzen“, erläutert Hinderer. Mit einer äußerst soliden Finanzstruktur, einem vielfältigen Portfolio an profilierten Marken, das klar auf die Bedürfnisse der jeweiligen Märkte ausgerichtet, sowie qualifizierten, engagierten Mitarbeitern habe man beste Voraussetzungen, die Gruppe erfolgreich in die Zukunft zu führen.



Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit der Eckes-Granini Gruppe wird dabei wie bisher auf dem Kerngeschäft der Säfte und Nektare liegen, ergänzt durch gezielt ausgerichtete Aktivitäten in den Segmenten Sirup, gekühlte (Frisch-) Säfte sowie fruchthaltige Erfrischungsgetränke. Einen wichtigen Schritt im Bereich der gekühlten Premium-Frischsäfte hat das Unternehmen bereits zu Beginn des Jahres 2010 mit der Einführung von granini Frisch Gepresst in Deutschland, Frankreich und dem Vereinigten Königreich getan.

Expansion in Europa: Nach Erfolg mit granini in Rumänien folgt der Eintritt in den bulgarischen Markt

Darüber hinaus steht weiterhin die Expansion in Europa auf der Basis von organischem Wachstum sowie durch Akquisitionen und strategische Partnerschaften im Fokus: Hier ist im vergangenen Jahr der Markteintritt in Bulgarien – gemeinsam mit dem strategischen Partner Carlsrom (Rumänien) – gelungen. Mittels eines Distributionsabkommens mit dem führenden bulgarischen Mineralwasseranbieter Devin AD wurde dort mit dem Aufbau der Marke granini begonnen. Die langfristige Ausrichtung und Investition in das europäische Geschäft hat die Eckes-Granini Gruppe auch mit dem Rückkauf der Minderheitsanteile an Eckes-Granini Ibérica von der spanischen Brauereigruppe Damm unterstrichen. Gleichzeitig will man die erfolgreiche Zusammenarbeit im Bereich Außer-Haus-Konsum mit Damm fortsetzen.



Die Eckes-Granini Group GmbH ist die internationale Unternehmensgruppe für alkoholfreie fruchthaltige Getränke der Eckes AG (Finanzholding). Mit den strategischen Marken granini als internationale Premiummarke sowie starken lokalen Marken wie Brämhults, Elmenhorster, hohes C, Joker, Marli, SIÓ und YO Sirup nimmt man eine führende Position im europäischen Markt der fruchthaltigen Getränke ein. Die Unternehmensgruppe ist mit 14 Landesgesellschaften mit Sitz in Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Frankreich, Lettland, Litauen, Norwegen, Österreich, Rumänien, Schweden, Schweiz, Spanien und Ungarn aktiv und beschäftigt rund 1.445 Mitarbeiter. Eckes-Granini vertreibt sein Sortiment – Fruchtsäfte, Nektare, Schorlen und Sirupe – über den Lebensmittelhandel und die Gastronomie in über 70 Ländern weltweit.

Für weitere Informationen:

Sybille Wacker / Britta Fey, Engel & Zimmermann AG
Unternehmensberatung für Kommunikation
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 0 89 / 89 35 633, mobil: 01 71 / 9 76 87 88
E-Mail: info@engel-zimmermann.de

