



Geschäftsführer Bernhard Prosser und seine neue Marketingleiterin Margareta Seiser präsentieren die "Anstosszeit"
© Egger

Egger Getränkegruppe auf Expansionskurs

Egger Radlberger

10.05.2016

Die Egger Getränkegruppe – bestehend aus der Privatbrauerei Fitz Egger GmbH & Co KG und der Radlberger Getränke GmbH & Co OG – blickt zufrieden auf das Jahr 2015 zurück und stellt gleichzeitig die Weichen für weiteres Wachstum in den kommenden Monaten.

Insgesamt erwirtschaftete die Gruppe im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 98 Millionen Euro und konnte trotz veränderter Rahmenbedingungen das Ergebnis steigern. Zu Spitzenzeiten verlassen täglich bis zu eine Million Bierflaschen und -dosen sowie 700.000 Flaschen und Dosen Limonaden das Werk.

Egger Bier: Plus in der Menge und beim Umsatz

Die Privatbrauerei Egger verzeichnete im Jahr 2015 einen Ausstoß von insgesamt 870.000 Hektolitern hochqualitativen Biers, wovon ein Drittel auf die eigene Marke entfällt, zwei Drittel auf Lohnfüllungen und Handelsmarken. Das entspricht im Vergleich zum Vorjahr einem Plus von 60.000 Hektolitern. Auch der Umsatz stieg leicht auf 49,2 Millionen Euro, wobei es dem Unternehmen durch eine Optimierung der Rahmenbedingungen gelungen ist, das Ergebnis zu verbessern. Dabei wurde vor allem bei den Lohnfüllungen das Gewicht stark auf die reine Abfüllung gelegt, während hingegen die Verpackungen u.a. von den Kunden selbst zur Verfügung gestellt wurden. Der nur leicht gestiegene Umsatz steht daher in Summe einer deutlichen Erhöhung des Absatzes und einer Optimierung des Ergebnisses gegenüber.

Radlberger: Gutes Ergebnis trotz Umstrukturierungen im Markt

Das Schwesternunternehmen Radlberger musste im Vorjahr umsatzmäßig einen Rückgang auf 49,3 Millionen Euro sowie mengenmäßig auf rund 134 Millionen Flaschen und Dosen verzeichnen, wobei dieses Ergebnis klar auf den Wegfall einer großen deutschen Handelsmarke zurückzuführen ist, die ein eigenes Abfüllwerk errichtet hat. „Das ist zwar ein Verlust, aber kein extrem schmerzlicher“, so Bernhard Prosser, Geschäftsführer von Radlberger. „Wir haben den Kunden leider verloren, da dieser seine Prozesse umstrukturiert hat.“ Der diesbezügliche Rückgang bei Radlberger sei zu verkraften und werde bereits heuer durch neue Märkte und Absatzstrategien wettgemacht. „Radlberger entwickelt sich in die richtige Richtung: Der Limonaden Gesamtmarkt ist extrem kompetitiv. Wir punkten als 2 österreichische Qualitätsanbieter, sind gut positioniert und überzeugt davon, dass es einen Markt für Limonaden gibt“, so Prosser.

Egger Getränkegruppe: Starker Markenfokus und neue Marketingleiterin

Mit März 2016 wurde die Schlüsselposition der Marketing- und PR-Leitung mit Margareta Seiser neu besetzt. Sie bringt mit über 15-jähriger Erfahrung breites Know-How in strategischer und operativer Markenführung mit. Entsprechend liegt ihr Fokus auf der Weiterentwicklung bzw. Neupositionierung der strategischen Marken Egger Bier, Granny's und

Radlberger.