

Thema: Egger Bier

Autor: k.A.

Gründe zum Anstoßen

Die Egger Getränkegruppe legte ein gutes Ergebnis 2015 hin und stellt die Weichen für die Zukunft.

Die Egger Getränkegruppe – bestehend aus der Privatbrauerei Fitz Egger und Radlberger Getränke erwirtschaftete im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 98 Mio. 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.

Plus in Menge und Umsatz

Egger verzeichnete im Jahr 2015 einen Ausstoß von insgesamt 870.000 hl Bier, 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 hl. Auch der Umsatz stieg leicht auf 49,2 Mio. Euro, wobei es 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.

Das Schwesterunternehmen Radlberger musste im Vorjahr umsatzmäßig einen Rückgang auf 49,3 Mio. Euro sowie mengenmäßig auf rund 134 Mio. Flaschen und Dosen verzeichnen, wobei dieses Ergebnis 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. „Radlberger entwickelt sich in die richtige Richtung: Wir punkten gut positioniert als österreichischer Qualitätsanbieter“, so Prosser.

Mit März wurde die Position der Marketingleitung mit Margareta Seiser neu besetzt. Sie bringt ein breites Know-how in strategischer und operativer Markenführung mit. Entsprechend liegt ihr Fokus auf der Neupositionierung der Marken Egger Bier, Granny's und Radlberger, wie auch auf der aktuellen Promotion: Unter dem Titel „My home is my Anstoßzeit“ bringt Egger das Märzenbier in der 0,5-l-Dose in einer Fußball-affinen Verpackung. Die Rückseite jeder Dose ziert ein Fußball-Trikot mit den beliebtesten männlichen Vornamen der 1980er und 1990er Jahre. **ELE**



GF Bernhard Prosser und ML Margareta Seiser stoßen auf die EM-Promotion an. Egger

