

Geschäftsjahr 2014

Eckes-Granini Gruppe: Gestärkt in die Zukunft mit der Agenda 2020

Umsatz: 899 Mio. EUR (- 1,3%) / Absatz: 886 Mio. Liter (- 1,9%) / EBIT: 76,2 Mio. EUR (+ 30,8%) / Ergebnissprung durch erfolgreiche Integration von Pago und konsequentes Kostenmanagement erzielt / Ausblick für 2015 ist optimistisch

Nieder-Olm, 26. Mai 2015. Die Eckes-Granini Group GmbH, die internationale Unternehmensgruppe für alkoholfreie fruchthaltige Getränke der Eckes AG, hat das Geschäftsjahr 2014 (31.12.) mit einer überdurchschnittlichen Steigerung des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern (Ebit) abgeschlossen. „Dies ist ein klarer Ausdruck unserer vielfältigen Anstrengungen, die teilweise mit erheblichen Investitionen und Vorleistungen verbunden waren“, konstatiert Thomas Hinderer, Vorsitzender der Geschäftsführung. Er freue sich sehr, dass es gelungen ist, die positive Entwicklung, die sich bereits 2013 abgezeichnet hat, nachhaltig fortzusetzen.

Absatz/Umsatz leicht rückläufig, EBIT überdurchschnittlich gesteigert

Leichte Verluste musste die Eckes-Granini Gruppe bei Absatz, Umsatz und wertmäßigem Marktanteil hinnehmen. So verringerte sich der Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr geringfügig um -1,3% auf 899 Mio. EUR (2013: 911 Mio. EUR). Der Absatz sank ebenfalls leicht um -1,9% auf 886 Mio. Liter (2013: 902 Mio. Liter). „Der Absatzrückgang ist im Wesentlichen auf die konsequente Durchsetzung unserer Preispolitik zurückzuführen“, erläutert Thomas Hinderer. Diese führte im vergangenen Jahr noch vereinzelt zu temporären Distributionsverlusten bzw. teilweise vermindernten Aktionstätigkeiten seitens des Handels.



Dessen ungeachtet ist es der Eckes-Granini Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr gelungen, das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) von 58,3 Mio. EUR (2013) überdurchschnittlich auf 76,2 Mio. EUR zu steigern. Das entspricht einem Zuwachs von rund 30%, der maßgeblich durch die erfolgreich abgeschlossene Integration von Pago erzielt wurde. „Nach einmaligen negativen Auswirkungen im Geschäftsjahr 2013 aufgrund von Sonderbelastungen haben sich die Synergien 2014 wie geplant positiv im Ergebnis niedergeschlagen“, so Hinderer weiter.

Synergien konnte man insbesondere durch die Verlagerung der Produktion für sämtliche Märkte außerhalb Österreichs in das französische Werk in Mâcon sowie durch die Zusammenführung und Verschmelzung der operativen Gesellschaften in Österreich, Frankreich und Spanien erzielen. „Darüber hinaus haben wir in allen Bereichen Kostensenkungsprogramme durchgeführt. Abgesehen von der Qualität unserer Produkte und unserer Mitarbeiter haben wir alles auf den Prüfstand gestellt: von den Produktionsabläufen und der Optimierung bei Verpackungsmaterialien bis hin zur Harmonisierung von IT-Prozessen.“

Gesamtmarkt in Europa: mengen- und wertmäßiger Rückgang

Der für die Eckes-Granini Gruppe relevante Markt für fruchthaltige Getränke (Daten aus 12 Kernländern, Lebensmittelhandel¹) stand 2014 weiter unter Druck: Der Umsatz sank um -1,2%, der Absatz ging um -1,9% im Vergleich zum Vorjahr zurück. Maßgebliche Ursache für den Absatzverlust ist der in den letzten Jahren deutlich gestiegene Preisabstand von Fruchtsäften und -nektaren zu anderen alkoholfreien Getränken.

¹ Belgien, Deutschland, Finnland (Marktzahlen geschätzt), Frankreich, Litauen, Österreich, Rumänien, Schweden, Schweiz, Spanien, Türkei, Ungarn.



Ihre führende Position in diesem Markt konnte die Eckes-Granini Gruppe trotz eines leicht gesunkenen Marktanteils von 11,4% (2013: 11,7%) auch im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich behaupten.

Highlights 2014: Pago, SAP HiScore und DIE LIMO von granini

Neben dem Abschluss der Eingliederung von Pago in die Organisation (2014 war das erste operative Jahr von Pago innerhalb der Eckes-Granini Gruppe) hat das Unternehmen die gruppenweite Implementierung von SAP HiScore im vergangenen Jahr zu einem ebenfalls erfolgreichen Ende gebracht: Im Fokus standen dabei die Harmonisierung und Standardisierung von Prozessen und Systemen. Darauf aufbauend wird nun ein internationales HiScore Governance Team mit sechs Prozessmanagern (jeweils drei in Voll- und Teilzeit) kontinuierlich daran arbeiten, Optimierungspotenziale im laufenden Betrieb zu identifizieren und die entstehenden Synergieeffekte so weit wie möglich auszuschöpfen.

Eine echte Erfolgsgeschichte hat DIE LIMO von granini 2014 geschrieben: Nach der Einführung des innovativen Produktkonzepts im Frühjahr 2013 ist es der Eckes-Granini Deutschland GmbH – neben dem nachhaltigen Ausbau der Distribution im Lebensmitteleinzelhandel und im Außer-Haus-Konsum – gelungen, den Umsatz dieses Sortiments zu verdoppeln. DIE LIMO von granini belegt aktuell den 3. Rang im Limo-Einwegmarkt (nach Umsatz) mit beachtlichem Abstand (40%) vor der Nr. 4.



Nachhaltigkeit: Von der Strategie zu konkreten Projekten

Nachdem der Fokus im vorangegangenen Jahr in erster Linie auf der Verabschiedung von Nachhaltigkeitszielen und -programmen gelegen hat, hat die Eckes-Granini Gruppe 2014 die vielfältig definierten Projekte in den drei strategischen Bereichen Produkte, Wertschöpfungskette und Menschen (Mitarbeiter, soziales Engagement) erfolgreich fortgesetzt.

Im Bereich Produkte lag das Augenmerk dabei gleichermaßen auf der nachhaltigen Einsparung von aktuell genutzten Verpackungsmaterialien ebenso wie dem Einsatz alternativer Packstoffe. Entlang der Wertschöpfungskette stand die Bewertung von Lieferanten im Mittelpunkt der Aktivitäten. Um hier zu noch besseren, verlässlichen und unabhängigen Ergebnissen zu kommen, hat die Eckes-Granini Gruppe 2014 eine umfassende Lieferantenbewertung in Zusammenarbeit mit EcoVadis gestartet.

Da Gesundheit und Arbeitssicherheit innerhalb der Eckes-Granini Gruppe einen hohen Stellenwert einnehmen, hat man diesem Schwerpunktthema im vergangenen Jahr durch die Einführung einer einheitlichen Messgröße besondere Bedeutung beigemessen. In diesem Zuge wurden regelmäßige internationale Arbeitstreffen etabliert, um das Gesundheitsmanagement an den einzelnen Standorten stetig weiter zu verbessern.

Nicht zuletzt hat das Unternehmen zur besseren Ausrichtung seiner Aktivitäten im sozialen Bereich im vergangenen Jahr einen Rahmen entwickelt, an dem das Engagement künftig gezielt ausgerichtet werden soll. Die wesentlichen Eckpfeiler sind dabei die Unterstützung bedürftiger Familien, Aktivitäten, die einen Bezug zum Fruchtsaftgeschäft haben, sowie die Einbeziehung der Mitarbeiter. In diesem Sinne startet die Gruppe im Mai 2015 eine Kooperation mit dem internationalen Hilfswerk World Vision.



Agenda 2020: Marken stärken, Wachstum generieren

Neben den Herausforderungen des Tagesgeschäfts haben sich die Verantwortlichen der Eckes-Granini Gruppe im vergangenen Jahr intensiv mit der strategischen Weiterentwicklung und Ausrichtung des Unternehmens in den kommenden fünf Jahren befasst und die „Agenda 2020“ erarbeitet. Diese fußt auf drei Säulen: „Wir haben zum einen unsere Kunden und Konsumenten ins Zentrum der Überlegungen gestellt und zum anderen große strategische Wachstumsbereiche – wie Erfrischung oder innovative Verpackungslösungen – priorisiert. Außerdem sehen wir bestimmte strategische Kernfelder, die einen wertvollen Beitrag dazu leisten, unsere ehrgeizigen Ziele zu erreichen“, erläutert Thomas Hinderer.

Dabei geht es insbesondere um die weitere Stärkung und Kapitalisierung der Marken mit dem Ziel, zusätzliches organisches Wachstum zu generieren. Gleichzeitig will die Eckes-Granini Gruppe neue attraktive Marken akquirieren und in ihr Portfolio aufnehmen. „Mit unserem erfolgreichen Geschäftsmodell – starke, unverwechselbare Marken, professionelle und hoch motivierte Mitarbeiter sowie eine solide finanzielle Basis – haben wir alles, was wir benötigen, um weiterhin erfolgreich im Markt zu agieren.“

Ausblick: Nachhaltig in Werbung und Technologien investieren

Auch für das laufende Geschäftsjahr geht man bei der Eckes-Granini Gruppe davon aus, dass der Markt für fruchthaltige Getränke volumenmäßig weiter stark angespannt sein wird. „Nichtsdestotrotz haben wir uns vorgenommen, unseren Absatz und Umsatz im Kerngeschäft der fruchthaltigen Getränke leicht zu steigern“, blickt Thomas Hinderer optimistisch in die Zukunft. Zu diesem Zweck wird das Unternehmen seine Ausgaben für die Bewerbung der Produkte nochmals um 20% erhöhen.



Hinzu kommen im laufenden Geschäftsjahr überdurchschnittlich hohe Investitionen zur Schaffung von zusätzlichen Kapazitäten, für die Anschaffung effizienter Anlagen und moderner Technologien.

Die Eckes-Granini Group GmbH ist die internationale Unternehmensgruppe für alkoholfreie fruchthaltige Getränke der Eckes AG. Mit der internationalen Premiummarke granini sowie starken lokalen Marken wie Brämhults, Elmenhorster, Joker, hohes C, Marli, Pago, SIÓ und YO Sirup nimmt man eine führende Position im europäischen Markt der fruchthaltigen Getränke ein. Die Unternehmensgruppe ist – teilweise mit eigenen Landesgesellschaften – in Belgien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Italien, Kroatien, Litauen, Österreich, Rumänien und Bulgarien sowie in der Schweiz, in Skandinavien und Spanien, in der Tschechischen und der Slowakischen Republik sowie in Ungarn aktiv und beschäftigt 1.640 Mitarbeiter. Eckes-Granini vertreibt sein Sortiment über den Lebensmittelhandel und die Gastronomie in über 70 Ländern weltweit.

Für weitere Informationen:

Sybille Geitel und Britta Fey, Engel & Zimmermann AG
Unternehmensberatung für Kommunikation
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 0 89 / 89 35 633, mobil: 01 51 / 15 14 16 37

