

Spritzig Red Bull setzte zum 30-jährigen Jubiläum zum Höhenflug an, und auch die Bierbrauer schäumten kräftig auf. Ein feines Jahr für die heimische Getränkeindustrie.

Food & Beverages

Rang	Unternehmen	Umsatz 2016	Umsatz 2015	Veränderung in Prozent	Mitarbeiter
1	Red Bull (Konzern)	6.030	5.903	+2,2	11.000*
2	Agrana (Konzern)	2.477,6	2.493,5	-0,6	8.611
3	Vivatis Holding AG	864*	861	+0,3	2.770
4	Rauch Fruchtsäfte	881	861	+2,3	914
5	Berglandmilch	830	850	-2,4	1.500
6	Brau Union	707	689,4	+2,5	2.300
7	Mars Austria OG*	430	420	+2,4	500
8	Nestlé Austria Holding*	420	417	+0,7	950
9	NÖM AG	355*	360	-1,4	720
10	Coca-Cola Austria*	335	333,2	+0,5	1000
11	Tchibo/Eduscho Österreich	329	325	+1,2	1100
12	Ennstal Milch eGen	310	308	+0,6	1.343
13	Steirerfleisch*	293	291	+0,7	720
14	Unilever Austria OG	290*	278*	+4,3	280*
15	Mondelez International Österreich	275*	271,5	+1,3	470
16	Hermann Pfanner Getränke GmbH	256	252	+1,6	390
17	Spitz S. GmbH Gruppe	244	251	-2,8	670
18	VOG AG	243	244	-0,4	474
19	Ottakringer Getränke AG	229*	232,1	-1,3	150
20	Rudolf Ölz Meisterbäcker	202,8	203,6	-0,4	890
21	Josef Manner & Comp AG	200*	191,9	+4,2	550
22	Gmundner Molkerei	191	190	+0,5	328
23	SalzburgMilch	190,6	185,3	+2,9	296
24	Landhof	190,5*	190	+0,3	600*
25	Radatz & Stastnik	182	180,6	+0,8	890

Zahlen in Mio. €. Firmennamen ohne Stern* sind Unternehmenseigenangaben, Nennungen mit Stern* sind Schätzungen von medianet, basierend auf Internetrecherche und Fachartikeln, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern und Vergleichen der Zu-/Abgänge von Kunden. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.



© Jasmina Rahmanovic

Markus Liebl

Generaldirektor, Brau Union

„Das Jahr 2016 war wettermäßig von einem besonders durchgewachsenen Sommer geprägt, der nicht ideal war für den Getränkemarkt. Dennoch konnten wir sowohl beim Absatz als auch beim Umsatz zulegen! Auch heuer wird unser starkes Markenangebot wieder mit Erfolg versprechenden Innovationen erweitert. Zu unseren 14 Biermarken und über 100 Sorten kommen mehr Spezialitäten dazu.“



© Agrana

Johann Marihart

CEO Agrana

„Die Agrana-Gruppe konnte die positive Entwicklung im laufenden Geschäftsjahr 2016/17 fortsetzen. Alle Segmente haben zur deutlichen Ergebnisverbesserung beigetragen. In den Segmenten Zucker und Frucht sorgten gestiegene Verkaufspreise für die gute Geschäftsentwicklung. Im Segment Stärke wirkten sich Produktivitätssteigerungen und im Markt platzierte Mehrmengen positiv auf die Margen aus.“



© Tchibo/Klaus Titzer

Harald J. Mayer

GF Tchibo/Eduscho Österreich

„Als Marktführer am heimischen Röstkaffeemarkt in allen drei Segmenten – Einzelportionen, Espresso sowie Filterkaffee – blicken wir auf ein erfolgreiches Jahr 2016 zurück. Unser oberstes Ziel ist es, Menschen für unsere Marken zu begeistern. Dabei werden wir auch 2017 unseren Qualitäts- und Nachhaltigkeitsgrundsatz weiter vertiefen. Denn ökologische und soziale Fragen bewegen die Menschen.“



© APA/APA-Fotodienst/Tanzler

Alfred Berger

Vorstand für Marketing, NÖM

„Nach dem historischen Jahr 2015 und dem damit in Verbindung stehenden Auslaufen der Milchquote war auch das Jahr 2016 von der Rohstoffsituation sehr stark geprägt. Für das Geschäftsjahr 2017 ist die NÖM gut gerüstet. Es gilt weiterhin das große Ziel einer stabilen Ertragskraft bei dementsprechender Entwicklung auf allen Märkten, um eine gesteigerte Milchmenge abzunehmen.“