

”

Verkaufsfördernde Beigaben wie Gläser, Schanksäulen und Werbematerialien sowie ein gutes Preis-Leistungsverhältnis werden den Gastronomen schmecken.

“

Bernhard Prosser

medianet: Wie schaut die Vertriebskooperation mit Transgourmet konkret aus?

Prosser: Sie umfasst drei verschiedene Fassbier- und Radler-Produkte sowie Flaschenbiere in Einweg- und Mehrwegverpackungen. Gastronomen können damit auf ein noch größeres Sortiment an mehrfach ausgezeichneten Bieren aus dem Hause Egger zurückgreifen. Verkaufsfördernde Beigaben wie Gläser, Schanksäulen, Streuartikel und Werbematerialien sowie ein gutes Preis-Leistungsverhältnis werden den Gastronomen schmecken. Die Kooperation läuft gut an, braucht aber natürlich auch etwas Zeit, um Fuß zu fassen.

Turbobier

In 2017 schaffte Egger einen Umsatz von über 100 Mio. €, eine Steigerung des Bierausstoßes um zehn Prozent sowie ein achtprozentiges Wachstum beim Export.

100

medianet: Der Gastronomieschwenk hat naturgemäß auch einen regionalen Schlenker mit dabei – wird Egger jetzt so richtig niederösterreichisch?

Prosser: Beim Bier wollen die Konsumenten wissen, woher die Produkte stammen, die sie konsumieren. Speziell in der Gegend rund um das Werk in Niederösterreich sowie in Tirol gewinnen wir daher in der Gastronomie immer mehr Kunden.

medianet: Dabei war gerade Egger immer recht überregional positioniert?

Prosser: Wir wollen die Gastronomen 2018 auch verstärkt österreichweit ansprechen – das soll eben durch die Zusammenarbeit mit dem Gastronomie-großhändler Transgourmet besser gelingen.

Hochbetrieb

Das Sudhaus der Brauerei in NÖ: Produziert werden nicht nur Egger-Markenbiere; auch der Lohnabfüllung und der Eigenmarkenproduktion kommt ein hoher Stellenwert zu.

medianet: Aktuell läuft die Grillbier-Kampagne. Mit dieser Kampagne und der Fußball-WM im Rücken – was erwarten Sie vom Bierjahr 2018??

Prosser: Wir erwarten für 2018 Wachstum in all unseren drei Kategorien: bei Egger Bier, aber auch im Lohnfüllungs- und Handelsmarkengeschäft.

medianet: Fehlt hier das aktuell vielzitierte Craft-Bier in ihrer Strategie? Inwieweit kann man als große Brauerei da überhaupt profitieren?

Prosser: In unserer Größenordnung sind Craft-Biere nicht leicht umzusetzen. Aber wir profitieren vom Craft-Bier-Boom, ohne ein eigenes Kreativbier zu brauen, denn die Aufmerksamkeit tut der gesamten Kategorie gut.

EGGER BIER KANN IN VIELEN VARIATIONEN VERABREICHT WERDEN

Acht verschiedene Abfüllanlagen gibt es bei Egger in Unterradlberg/NÖ

Spielarten In Summe wurden im vergangenen Geschäftsjahr in Unterradlberg 355 Mio. Verpackungseinheiten gefertigt, und zwar in acht verschiedenen Abfüllanlagen,

die das Unternehmen betreibt (2x Dose, 2x Glas, 3x PET, 1x Kaltseptik). Das bedeutet, dass im Schnitt pro Stunde 80.000 Dosen, 30.000 Glasflaschen



und rund 75.000 PET-Flaschen abgefüllt wurden. Die Dose ist im Hause Egger – knapp vor der PET-Flasche – derzeit die gängigste Verpackungsform. Sie spielt vor

allem im Export eine überzeugende Rolle: Kohlensäure kann nämlich nicht entweichen und kein Lichteinfall das Getränk trüben – Qualität ist somit garantiert.