

## „Echter Dialog mit dem User“ oder doch besser mit dem Genießer?

Spirituosenmarken versuchen sich an neuen Standorten

*Das aktuelle Branchen-Ranking zur Situation in der Spirituosenindustrie 2009/2010 zeigt einige bemerkenswerte Ergebnisse. Bei weiterhin leicht rückläufigem Konsum sind alle Beteiligten mit der Realisierung einer neuen Marktpräsenz beschäftigt. Das beginnt bei der Nutzung sogenannter Social-Media-Websites und anderer Netzwerke im Internet, um auf dem Umweg über zusätzliche Formen der Kommunikation zu verbessertem Konsum zu gelangen, und hört auf bei der geschickten Konzeption attraktiver Trinkformen von pur mit Ice bis hin zur neuesten Cocktailidee – natürlich im gebrandeten Glas mit noch genussreicherer Aroma-Ausstrahlung. Außerdem haben sich wichtige Marken in einem neuen Portfolio zusammengefunden, um auf anderen Wegen neue Kunden zu suchen. Die Übersicht dokumentiert die jetzige Ausgangslage.*

**B**egleitet wurden die Veränderungen der vergangenen 12 bis 15 Monate von einer Art Spring-Prozession: raus bei Borco, rein bei Beam (global), welcome Campari. Pernod nimmt absolut, Brown Forman sucht neu, adieu Bacardi. Henkell mit drei Klaren und den Kräutern, Diversa erfreut den Cognac und den Griechen. Berentzen reduziert, Diageo schaut zu (fast).

Nach der inzwischen abgeschlossenen strategischen Neuausrichtung, die insgesamt mindestens 30 verschiedene Premiummarken (Aufstellung siehe Kasten) umfasste, ist in nächster Zeit mit einem neuen Marketingprogramm zu rechnen: „Haust Du meinen Lukas (Whisky), hau' ich Deinen Lukas (Rum) – die jeweiligen Wettbewerbsszenarien sind austauschbar mit weiteren Produktbereichen, wie vor allem Vodka, Gin, Ouzo und Korn.

Dabei spielt auch eine Rolle, dass die Sortimente der hierzulande aktiven Vertriebsunternehmen weiter reduziert worden sind (Beam-Chef Torsten Helbig nennt es „geringere Komplexität“). Sprich, meist sind bei den großen Anbietern nur noch internationale Marken präsent, die im Übrigen insgesamt ihre Marktanteile in Deutschland weiter



Foto: Campari

ausbauen konnten. Nur noch wenige Unternehmen, eigentlich nur Borco und Diversa, führen noch deutsche und internationale Spirituosenmarken.

### Positionen verschoben

Bei den 15 großen Spirituosenanbietern wurden einige Platzierungen ganz schön durcheinander gewirbelt – wenn auch

an der neuen Nr. 1 aus Köln niemand mehr rütteln kann. Vor allem *Diversa Spezialitäten* ist durch die erweiterte Markenpalette von Platz 5 nun auf 2 gerutscht – für jetzt zumindest. *Beam Global*, obwohl im Vergleich zu den alten Maxxium-Daten glatt halbiert, rangiert derzeit auf Platz 3 (und nicht mehr zwei). Wie es mit diesen beiden gastronomieweit etablierten Lieferanten weitergeht, bleibt spannend.

*Borco* (bleibt auf Rang 4) und *Bacardi* (von 3 nach 5) haben die Starterpositionen getauscht. Wobei abzusehen ist, dass *Bacardi* den Trend in die untere Tabellenhälfte fortsetzen und *Diageo* (immer noch Platz 14) Gesellschaft leisten wird. Ob *Henkell* (derzeit auf 13) künftig noch „klarere“ Siege einführt und demnächst erneut nach oben rutscht, ist ebenfalls abzuwarten.

Das Mittelfeld der Rankingtabelle hat die deutsche Mannschaft übernommen (*Rotkappen* auf 6, *Hardenberg* nun 7, die *Jägermeister* auf 8 sowie *Berentzen* und *Bimmerle* mit den Rückennummern 11 und 12). Dazwischen agieren mit wachsendem Erfolg noch die *Camparis* auf einem verbesserten Platz 10 (und nicht mehr 12!), sowie ein schweigender, sich aber offensichtlich wieder verbesserter Discounter (*Rola*).

Nochmals zurück zu *Bacardi*: Wie sich die Dinge weiterentwickeln ist derzeit offen. Das heißt, es gilt abzuwarten, wo sich die seit Oktober neue *Brown-Forman Beverages Ltd.* in Hamburg im nächsten Ranking einordnen lässt. Was aus Marken wie unter anderem *Jack Daniel's*, *Southern Comfort*, *Finlandia*, *Canadian Mist*, *Tequila Herradura* und *Chambord* wird, bleibt zu beobachten.

## Gesamttrends dennoch aufschlussreich

Die notwendigen Schätzungen einiger Unternehmensdaten, weil keine konkreten Zahlen geliefert wurden oder die Berichte nicht immer fortschreibenden Charakter haben, lassen dennoch klare Tendenzen erkennen, auch wenn die

Zahlenbasis etwas unsicher ist: Insgesamt hat das Ranking der führenden 15 Spirituosenunternehmen eine Umsatzsumme von 2,8 Mrd. Euro erreicht – gut zehn Prozent unter dem Level von 3,1 Mrd. Euro des vergangenen Jahres. Im Vorjahr war noch ein Plus von 0,5 Prozent zu verzeichnen. Das bedeutet, dass die Spitzengruppe sich insgesamt schlechter entwickelt hat als der Branchendurchschnitt, der bei vielleicht rund fünf Prozent Umsatzminus lag.

[www.correct-fahrzeuge.de](http://www.correct-fahrzeuge.de)  
Hotline 06 51/9 99 06 62

Es kann aber auch gesagt werden, dass sich der Anteil der Top 5 an der Datenbasis mit 54 Prozent (Vorjahr 58 Prozent) nur relativ leicht nach unten verändert hat, durch die großen Verschiebungen ganz verständlich. Denn mindestens sieben Marken haben sozusagen die führenden Fünf verlassen. Die Konzentration auf etablierte Märkte bei den Großen dürfte allerdings das Aufholen leicht machen.

## Die Tops und Flops

Eindeutiger *Wachstumssieger* ist derzeit *Campari Deutschland*, der mindestens vier weitere Marken „an Land gezogen“ hat. Die Münchner liegen jetzt bei einem Umsatzplus von über 21 Prozent – Tendenz steigend – nicht nur wegen der attraktiven Whiskymarken im Portfolio?

*Erfolgsstufe zwei* hat sich nach unseren Recherchen *Schwarze & Schlichte* verdient, mit einem Plus von gut sieben Prozent. Auch hier dürfte eine professionelle Markenpolitik (mit quasi-Wiedergeburt von *Bachmann* oder *Dujardin* sowie dem neuen *Ron Barcelo* und der Likörattraktion *Angel d'Or*) für Anschlussfahrten sorgen!

Bleiben *in der dritten Reihe* noch die erfolgreichen *Diversa Spezialitäten*: Ausgeglichenes Ziel, gut über ein Prozent, ist erreicht; alle Marken in die neu formierte Verkaufsmannschaft integriert. Starten neben den *TeamSpirit*-Produkten die Premiummarken *Cointreau*, *Metaxa* und *Remy* weiter auf die Überholspur? Das Rennen mit *Beam Global* (und damit Marken wie *Courvoisier*, *Ardmore*, *Jim Beam* und *Laphroig*) ist jedenfalls eröffnet.

*Zur Minusentwicklung*: Verantwortlich für Minuszahlen zwischen 15 und 30 Prozent sind im Falle *Bacardi* und *Borco* zumindest eher weggebrochene Vertriebsrechte als Umsatzfehler. Hier wirkt sich vermutlich außerdem der „Störfaktor“ ungenauer früherer Schätzwerte aus, die in der Branche allerdings seit Jahren über die beiden Familienunternehmen kommuniziert wurden.

Bleibt noch die Frage nach der Weiterentwicklung des mit zehn Prozent Umsatzminus belasteten *Rotkäppchen-Portfolio* (zumindest ist derzeit *Chantré* als Wintergetränk im Rennen) sowie nach der Zukunft der *Berentzen*-Produkte und seiner out-gesourceten Teams. Hier ist von Minuszahlen von zehn bis 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr auszugehen. (aww) □

## Neue Adressen im Spirituosenvertrieb: Wer ist wo gelandet?

Absolut Vodka: Pernod Ricard Deutschland

Ardmore: Beam Global Deutschland

Bowmore: Campari Deutschland

Braastad Cognac: Eggers & Franke ([www.egfra.de](http://www.egfra.de))

*Brown-Forman* bislang im Vertrieb bei *Bacardi* (Marken: unter anderem *Jack Daniel's*, *Southern Comfort*, *Finlandia*, *Canadian Mist*, *Tequila Herradura*, *Chambord*) baut seit Herbst 2010 eigene Repräsentanz auf. Kontakt: *Brown-Forman Beverages*, Niederlassung Deutschland, Alte Rabenstr. 2, 20148 Hamburg, Fax: 0 40/45 03 32 33.

*Cointreau*: *Diversa Spezialitäten*

*Carolans*: Campari

*Courvoisier*: Beam

*Frangelico*: Campari

Fürst Bismarck: Henkell & Co

*Grand Marnier*: *Diageo Deutschland*

Hine Cognac: Seven Spirit ([www.seven-spirits.de](http://www.seven-spirits.de))

Jacobi: Henkell & Co

Irish Mist: Campari

Kuemmerling: Henkell & Co

*Laphroig*: Beam

Licor 43: Campari

Linie Aquavit: Eggers & Franke

Louis XIII von Remy: *Diversa*

*Metaxa*: *Diversa*

*Midori*: Campari

*Remy Martin*: *Diversa*

*Ron Barcelo*: *Schwarze & Schlichte*

*Santa Teresa*: Campari

*Teacher's*: Beam

*Vikingfjord Vodka*: Eggers & Franke

*Wild Turkey*: Campari

## Spirituosenunternehmen: Umsätze 2009/2010

Rang 1 bis 15 (Vorjahr)	Firmengruppe	Inlandsumsatz (1) in Mio. Euro (Vorjahr)	Gesamtabsatz in Mio. Liter (Vorjahr)	Markenportfolio (Stand Oktober 2010)/ → Hinweise
1 ● (1)	Pernod Ricard Deutschland GmbH, Köln www.pernod-ricard- deutschland.de	495** (520*)	28** (28**)	u. a. Absolut, Ballantine's, Becherovka, Chivas Regal, Havana Club, Jameson, Malibu, Pernod, Ramazzotti, Ricard, Sandeman, The Glenlivet
2 ▲ (5)	Diversa Spezialitäten GmbH, Rheinberg www.teamspirit.de	290** (285*)	k. A.	u. a. Amarula, Avena, Asbach, Bushmills, Cointreau, Drambuie, Glenfiddich, Grants, Hendrick's, Metaxa, Rémy Martin, Louis XIII, The Balvenie, Underberg, Unicum, Moskovskaya/→ JV Remy-Cointreau
3 ▼ (2)	Beam Global Deutschland GmbH, Wiesbaden www.beamglobal.de	282 (281) (2)	k. A.	u. a. Ardmore, Bols, Brugal, Laphroaig, Courvoisier, Highland Park, Jim Beam, Marker's Mark, Ouzo Plomari, Teacher's, Famous Grouse, The Glenrothes, Tullamore Dew/→ seit Juli 2010 ohne Kuemmerling, Jacobi, Fürst Bismarck (jetzt Henkell & Co.)
4 ● (4)	Borco Marken-Import, Hamburg www.borco.com	246** (295*)	k. A.	u. a. Alpha Noble, Fernet-Branca, Chartreuse, Connemara, De Kuyper, Disaronno, Dry Sack, Finsbury, Grappa di Julia, Helbing, Kilbeggan, Loch Lomond, Old Pascas, Pâpidoux, Parliament Vodka, Punt e Mes
5 ▼ (3)	Bacardi Deutschland, Hamburg www.bacardi-deutschland.de	210** (310*)	k. A.	u. a. Bacardi Rum, Otard, Benedictine, Grey Goose, Bombay Sapphire, Dewar's, Noilly Prat, Molinari
6 ● (6)	Rotkäppchen-Mumm GmbH, Freyburg www.rotkaepchen-mumm.de	170** (190**)	30** (36,3)	u. a. Echter Nordhäuser, Chantre, Mariacron, Eckes Edelkirsch, Zinn 40/→ nur Spirituosen- umsatz
7 ▲ (8)	Hardenberg-Wilthen AG, Nörthen-Hardenberg www.hardenberg-wilthen.de	162** (170**)	18** (20,3**)	u. a. Hardenberger, Wilthener, Der Lachs, Lehment
8 ▲ (9)	Mast-Jägermeister AG, Wolfenbüttel www.mast-jaegermeister.ag	150** (150**)	12** (12**)	Jägermeister, Schlehenfeuer
9 ▲ (10)	Rola GmbH & Co. KG, Rottenburg a. d. Laaber www.rola-spirituosen.de	145** (150**)	33** (35*)	Discount- und Handelsmarken, u. a. Bastei, Silverstone
10 ▲ (12)	Campari Deutschland, Oberhaching www.campari.com	140** (115**)	k. A.	u. a. Campari, Cynar, Glen Grant, Ouzo 12, Skyy Vodka, Old Smuggler, Aperol, Russian Standard, Licor 43, Wild Turkey, Santa Teresa, Bowmore, Midori, Carolans/→ nur Spirituosenumsatz
11 ▼ (8)	Berentzen AG, Haselünne www.berentzen-gruppe.de	137** (159,3*)	62** (60,6)	u. a. Berentzen, Puschkin, Vecchia, Romagna, Doornkaat, Bommerlunder, Hansen Rum/ → nur Spirituosenumsatz
12 ▼ (11)	Bimmerle KG, Oppenau/Achern www.bimmerle.de	130** (130)	17** (17*)	Lörch Obstbrände, Sutterer, Alte Hof, Bimmerle
13 ▲ (14)	Henkell & Co. Sektkellerei KG, Wiesbaden www.henkell-sektkellerei.de	90** (90**)	31** (30,1)	u. a. Gorbatschow, Batida de Coco, Scharlachberg, Pott-Rum, Cardenal, Kuemmerling, Fürst Bismarck, Jacobi, Mangaroca Cachaca/→ nur Spirituosenumsatz
14 ● (14)	Diageo Deutschland GmbH, Wiesbaden www.diageo.de	87** (91**)	19** (20**)	u. a. Baileys, Smirnoff, J&B, Johnnie Walker, Captain Morgan, Tanqueray, Talisker, Lagavulin, Glenkinchie, Caol Ila, Cardhu, Grand Marnier, Dimple, Gordons, Ketel One/→ D.A.CH-Zahlen; Guinness nicht enthalten;
15 ● (15)	Schwarze & Schlichte, Oelde www.schwarze-schlichte.de	50,3 (47**)	k. A.	u. a. Schwarze Weizenkorn, Bachmann, Sechs- ämtertropfen, Steinhäger, Dujardin, Ron Barcelo, Angel d'Or, Istanbul, Sweet Lips, Racke Rauchzart/→ mit MBG teilw. Vertriebs- kooperation

Hinweise: Die Daten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2009 bzw. anteilig auf insgesamt 12 Monate 2009/2010

\* Daten aus anderweitigen Fachveröffentlichungen; \*\* eigene Schätzung

(1) Nettoumsatzerlöse inkl. Branntwein-Steuer;

(2) Kalenderjahr 2009. Neue Vergleichsbasis zu den entsprechenden Umsätzen der Vorgängergesellschaft Maxxium (früher insgesamt 460 Mio Euro \*)

Ranking-Platzierung: ▲ = verbessert ▼ = verschlechtert ● = Position gehalten