

1  
2 Karlsberg entscheidet sich für Heineken und BHI  
3

## 4 **„Koalition der Gewinner“**

5  
6 **Die Entscheidung ist gefallen: Der Unternehmensverbund Karlsberg**  
7 **wird künftig mit dem niederländischen Braukonzern Heineken N.V.**  
8 **und der Brau Holding International AG kooperieren. Beide Partner**  
9 **vereinbarten eine umfassende Zusammenarbeit im Bereich des**  
10 **Markenvertriebs, die über eine Kapitalerhöhung bei der Karlsberg**  
11 **International Brand GmbH (KIB) und der Aufnahme eines neuen**  
12 **Gesellschafters mit einer 45-prozentigen Beteiligung an der KIB auch**  
13 **gesellschaftsrechtlich untermauert wird. Neuer Gesellschafter ist die**  
14 **2001 gegründete Brau Holding International, ein Joint-Venture**  
15 **zwischen Heineken und der Münchner Schörghuber Gruppe. Die**  
16 **Partner gehen davon aus, dass die Transaktion im vierten Quartal**  
17 **dieses Jahres abgeschlossen sein wird. Dr. Richard Weber,**  
18 **Geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmensverbunds**  
19 **Karlsberg und alleiniger Managing Director der KIB, ist überzeugt:**  
20 **„Wir haben uns für eine Koalition der Gewinner entschieden:**  
21 **Heineken ist der Brauereikonzern mit der weltweit größten**  
22 **internationalen Erfahrung.“ Zudem gewinne Karlsberg mit Heineken**  
23 **seinen „Wunschpartner“. Im Vorfeld hatten weitere internationale**  
24 **Braukonzerne großes Interesse an einer Kooperation mit dem**  
25 **Karlsberg-Verbund bekundet.**

26  
27 Mit Heineken, dessen Bierprodukte in 170 Ländern der Welt distribuiert  
28 werden, will Karlsberg vor allem die Internationalisierung seiner  
29 erfolgreichen Marken vorantreiben. Nach bahnbrechenden Erfolgen im  
30 Segment der Biermischgetränke – Karlsberg ist hier unbestrittener  
31 Marktführer in Deutschland – will man nun verstärkt internationale Märkte  
32 erschließen. Die Karlsberg International Brand GmbH ist Dachgesellschaft  
33 des Karlsberg-Biergeschäfts in Deutschland und lenkt die Ausrichtung  
34 zahlreicher operativer Einheiten, darunter die Karlsberg Brauerei, die  
35 Königsbacher Brauerei und Unternehmen im Distributions- und  
36 Dienstleistungssegment. Dr. Richard Weber: „Wir wollen den erfolgreich  
37 eingeschlagenen Weg `Wachstum durch Zellteilung` konsequent  
38 fortsetzen, diesen aber durch ein neues, international agierendes Netzwerk  
39 ergänzen.“ Die einzelnen Firmen bleiben in der operativen Durchsetzung  
40 daher nicht nur eigenständig, sondern sollen auch Impulse für dieses  
41 nunmehr transnationale Unternehmen geben. Die Geschäftsfelder des  
42 Karlsberg-Verbunds in Frankreich (Biere, Fruchtsäfte, Dienstleistungen)  
43 sind von der Kooperation nicht betroffen.  
44

45 Die Unternehmensgruppe Karlsberg als Getränke-, Immobilien-, Wellness-  
46 und Dienstleistungs-Verbund strebt eine Stärkung ihres Biersegments  
47 innerhalb des Gesamt-Getränkereichs (insgesamt 14 Millionen Hektoliter  
48 Mineralwasser, Coca-Cola, Fruchtsäfte und Biere) an, unterstreicht Dr.  
49 Weber: „Wir schließen diese Partnerschaft in der gemeinsamen festen

50  
51  
52  
53  
54  
55  
56  
57  
58  
59  
60  
61  
62  
63  
64  
65  
66  
67  
68  
69  
70  
71  
72  
73  
74  
75  
76  
77  
78  
79  
80  
81  
82  
83  
84  
85  
86  
87  
88  
89  
90  
91  
92  
93

Überzeugung, dass Innovation, Distribution und Konzentration auf spezielle Bier-Marken im Hochpreis-Segment die Schlüssel für den Erfolg der Zukunft auf dem deutschen Biermarkt sind.“

Bei Karlsberg, so Unternehmenschef Richard Weber, habe man die Globalisierung schon frühzeitig als Chance verstanden. Die Kooperation mit Heineken ist für den Unternehmensverbund das Ergebnis langjähriger Vorbereitungen. Weber erläutert: „Im globalen Markt sind diejenigen Unternehmen am erfolgreichsten, die Entwicklungen von morgen heute schon einkalkulieren und bei ihren strategischen Aktivitäten umfassend berücksichtigen. Deswegen hat sich der Karlsberg-Verbund in den vergangenen Jahren intensiv auf die Märkte der Zukunft vorbereitet und mit Blick auf veränderte Marktbedingungen und Verbrauchergewohnheiten neu orientiert.“ Zahlreiche Produktinnovationen wie beispielsweise Karlsberg MiXery oder Desperados und die Öffnung in internationale Märkte mit einem starken Standbein in Frankreich (Karlsbräu France, Saverne Transports und die Brasserie de Saverne) sind hierfür die besten Belege. Darüber hinaus spiegelt die sehr erfolgreiche Positionierung der internationalen Marke Desperados auf dem deutschen Markt und die Partnerschaft mit Coca-Cola, dem größten Global Player überhaupt, die internationale Ausrichtung des Karlsberg-Verbunds deutlich wieder. Mit Heineken an der Seite kann Karlsberg vor allem das Biergeschäft weiter internationalisieren. Dabei wird die Karlsberg Brauerei verstärkt zu einer Sortimentsbrauerei mit regionalen, nationalen und internationalen Marken. Auch die eigene Marke MiXery, die sich in den letzten fünf Jahren enorm profiliert habe, sei nun „reif für den internationalen Markt“. Weber kündigt an: „Wir sind davon überzeugt, daß MiXery auch außerhalb Deutschlands hervorragende Chancen hat.

Alle weltweiten Strategien fußen jedoch, so Weber, nach wie vor auf der starken Präsenz in der Region. Weber erläutert: „Je globaler die Welt wird, desto mehr suchen die Menschen nach ihren regionalen Wurzeln. Neben der Internationalität ist deshalb bei Karlsberg die Regionalität ein fundamentaler Wert, der nie aufgegeben wird.“ Im Gegenteil: Das regionale Know-how des Karlsberg-Verbunds sei einer der Erfolgsfaktoren, der auch für Heineken von Bedeutung sei. Das Konzept der Zukunft heiße, weltweite Netzwerke für regionale Märkte zu schaffen, um auch künftig den Getränke- und Dienstleistungsmarkt erfolgreich mitgestalten zu können. Die Stellung Karlsbergs als Familienunternehmen stehe dabei für Kontinuität und bleibe in jedem Falle unangetastet.

Weitere Informationen zu diesem Thema:  
[www.karlsberg.org](http://www.karlsberg.org) (Button klicken: „Karlsberg goes international“)

Kontakt für die Presse:  
Hans-Christoph Bonfert / Gilles Seifert  
☎: + 49 (0) 6841/105-817, ☎: -488  
✉: [info@karlsberg.org](mailto:info@karlsberg.org)  
Internet: <http://www.karlsberg.org>  
Homburg, 4. Juni 2002