

Pressmeddelande 2008-02-04

Drycker från Spendrups Bryggeri går hem bland svenskarna

Varumärken från Spendrups Bryggeri fortsätter att skörda framgångar bland törstiga svenskar. Detta kan konstateras vid en summering av försäljningen under 2007. Här märks såväl väletablerade Loka, Norrlands Guld och Spendrups, men även nylanseringar som Mariestads Årgångsporter och smaksatt julmust under varumärket Nygård.

Loka är fortsatt störst på smaksatt kolsyrat vatten inom dagligvaruhandeln (DVH) med en volymandel på 30,5 %. En kombination av faktorer ligger bakom framgångarna. Den rådande hälsotrenden bidrar till att fler väljer smaksatt kolsyrat vatten framför sötare drycker. Det smarta multipacket 12 x 33 som lanserades under våren är även det en bidragande faktor.

Sommarens vädergudar var inte nådiga och den regniga sommaren påverkade vattenförsäljningen negativt. Erfarenheten visar att en dålig sommar inte bara påverkar försäljningen av kolsyrat vatten under sommaren utan även höstens siffror. Så var även fallet under 2007. Under hösten har också en intensiv vattendebatt pågått som sannolikt har påverkat försäljningen, men än är det för tidigt att säga i vilken utsträckning.

Starka ölvarumärken från Spendrups toppade försäljningen inom dagligvaruhandeln

Det välkända varumärket Norrlands Guld är ett uppskattat öl bland svenska konsumenter. Det märks inte minst i försäljningen inom DVH där Norrlands Guld 3,5 vol % haft en marknadsledande position under de senaste åren. Volymandelen för 2007 uppgick till 13,3 %.

Totalt sett ökade Spendrups Bryggeri sina volymer på en vikande marknad för öl 3,5 vol % på DVH. Volymandelen uppgick till 35,2 %. Flera starka varumärken bidrog till ökningen, däribland premiumölet Mariestads och Heineken.

Framgångsrika lanseringar

Dryckesnyheter är av stort intresse bland svenska konsumenter. Det blev tydligt när Spendrups Bryggeri gav sig ut på okänd mark genom att smaksätta svenskarnas älskade julmust med julnougat, julkola och julkryddor. Nyfikenheten visade sig vara stor, vilket också framgår av försäljningssiffrorna. Intresset visade sig också genom antalet besökare på Spendrups julmustsajt, www.nygarda.se, där ca 5000 besökare röstade fram Nygårdas Julkryddor som den godaste smaken.

Fler och fler upptäcker den spännande ölvärlden och intresset för specialöl fortsätter att växa. Under hösten lanserades Mariestads Årgångsporter och den har mottagits oerhört väl. Särskilt många var det som till julhelgerna köpte hem den för att få njuta lite extra.

Inom kategorin specialöl lanserades under året även den mörka tjeckiska lagern Starobrno Cerné och svenska ölentusiaster har inte varit sena att upptäcka den smakupplevelse som ölet har att erbjuda.

För den hälsomedvetne som inte vill avstå från goda ölupplevelser, lanserades under våren Spendrups Bright Brew 5,0 %, ett öl med 50 % färre kolhydrater. Eftersom kolhydraterna är en viktig smakbärare, har ölet kompenserats med mer humlearom för att smaken inte ska bli blaskig. Även här har mottagandet varit varmt och Spendrups Bright Brew har varit en bidragande faktor till ölvarumärket Spendrups framgångar på Systembolaget under det gångna året. Vid en summering vid årets slut kan konstateras att den totala försäljningsvolymen för varumärket, under vilket flera prisvärda öl sorterar, ökade med hela 79 % på Systembolaget jämfört med föregående år.

För ytterligare information kontakta:

Caroline Ekman, informationsdirektör, Spendrups Bryggeri AB,
0701-82 78 30, caroline.ekman@spendrups.se

Spendrups Bryggeri AB grundades 1897. Vi är lika engagerade och passionerade när det gäller öl nu som då. Våra varumärken är: Spendrups, Norrlands Guld, Mariestads, Heineken, Loka m.fl. Familjeföretaget Spendrups är ett svenskt och oberoende bryggeri som förenar starka traditioner med nytänkande. Vi är idag ca 1100 medarbetare och omsätter ca 2,2 mdr. Spendrups Bryggeri AB är ett dotterbolag till Spendrup Invest AB. www.spendrups.se