

Carlsberg®

Markedet

Det norske markedet for øl er preget av at myndighetene gjennom lang tid har ført en restriktiv alkoholpolitikk. Hensikten er å begrense misbruk og skadevirkninger av alkohol. Alkoholpolitikken har vært preget av høye avgifter og begrenset tilgjengelighet, noe som naturlig nok preger markedet. Tilgjengeligheten har blitt noe bedre de seneste årene, men avgiftsnivået har øket jevnt og Norge har uten sammenligning de høyeste alkoholavgiftene i Europa. Dette har ført til stor handelslekkasje til nabolandene i sør. Svenskene har derfor revurdert sin avgiftspolitik. Sett fra norsk side, betyr en reduksjon i de svenske avgiftene økt grensehandel, mer smugling og økt illegal omsetning av øl i Norge.

Nordmenn over 15 år drikker i gjennomsnitt mer enn syv liter ren alkohol pr år: Tre liter fra øl, halvannen liter fra vin og en liter fra lovlig omsatt sprit. I tillegg kommer nærmere to liters forbruk som stammer fra smuglersprit, hjemmeproduksjon og turistimport (tax-free).

I europeisk sammenheng er nordmenn beskjedne ølrikkere. I gjennomsnitt drikker vi litt over 50 liter øl hver pr år. Svenskene drikker 10 liter mer, mens danskene drikker over dobbelt så mye øl som nordmenn.

Totalmarkedet for øl har de siste ti årene holdt seg relativt stabilt med en svak økning. I 2005 var totalomsetningen på 247 mill. liter. Dette innbrakte NOK 7,6 milliarder i skatter og avgifter til staten.

Resultater

Carlsberg er et av verdens ledende ølmerker, et av de få globale superbrands med dansk opprinnelse. Carlsberg øl produseres derfor på 90 produksjonssteder i 45 land. Carlsbergkonsernet selger i dag åtte milliarder liter øl i året fordelt på 140 markeder – dvs. mer eller mindre på alle verdens ølmarkeder. Den verdensomspennende suksessen er bygget på en solid plattform. Siden selskapet ble grunnlagt i 1847 har Carlsberg vært markedsleder i Danmark og kan vise til økende markedsandeler på de markedene de satser på.

Carlsberg produserer daglig ca 56 millioner flasker øl på verdensbasis. Hvis et års produksjon av øl fra Carlsberg ble satt i flasker etter hverandre, vil dette strekke seg rundt jorden mer enn 100 ganger.

I Norge produseres Carlsberg av Ringnes, datterselskap av Carlsberg ASA. Først ved Tou Bryggeri i Stavanger, deretter i øvrige anlegg.

Carlsberg er i dag et av de største ølmerkene i det norske markedet og

har etablert seg som en premium pils av høy internasjonal kvalitet. Carlsberg produserer rundt ni milliarder liter øl hvert år, noe som tilsvarer 74 millioner 33 cl flasker hver eneste dag.

Carlsberg har om lag 4 % av verdensmarkedet og plasserer seg dermed som det femte største bryggeriselskapet i verden.

Carlsbergs konkurrerer på markeder i mer enn 140 land og kjernemarkedene er Norden, Øst-Europa, Storbritannia og deler av Asia. Carlsberg AS er nå verdens femte største bryggerikonsern. Selskapet har virksomheter i 50 land og varemerker som markedsføres i 140 land. Det er omkring 31 000 ansatte i Carlsberg AS.

Historien

Den unge bryggeren fra København, J.C. Jacobsen, grunnla i 1847 et industrielt bryggeri på Valby Bakke, utenfor Københavns gamle byvaller. Bryggeriet ble døpt Carlsberg etter sønnen Carl og bakken i Valby. J.C. Jacobsen ønsket som den første danske brygger, å starte en skikkelig industriell produksjon av bayersk øl. Kvaliteten på J.C. Jacobsens undergjærede øl var helt fra starten av betydelig bedre enn det generelle kvalitetsnivået på markedet og Carlsberg ble en ubetinget suksess. Samtidig skaffet J.C. Jacobsen seg et internasjonalt ry som foregangsmann i bryggeriverdenen. Sønnen Carl Jacobsen, fortsatte farens kvalitetslinje og ambisjoner. Etter en fire år lang rundreise i Europa hvor han studerte bryggeridrift, startet hans karriere som brygger i 1871. I 1881 grunnla han sitt eget bryggeri, som fikk

navnet Ny Carlsberg. Gamle Carlsberg og Ny Carlsberg ble senere slått sammen og fikk i 1906 navnet Carlsberg Bryggerierne. Carlsbergfondet opprettet i 1876, er i dag hovedaksjonær i Carlsberg AS. Fondets oppgave er å støtte dansk vitenskapelig forskning og sikre driften av Det Nasjonalhistoriske Museum på Frederiks-borg Slott. Ny Carlsbergfondet er en avdeling av Carlsbergfondet som har til formål å fremme kunst og kunsvitenskap i Danmark.

I 1894 gikk Tuborg med i De forenede Bryggerier, som i 1903 inngikk avtale med Carlsberg om å dele over- eller underskudd. Denne avtalen dannet grunnlaget for den endelige sammenslåingen av Carlsberg og Tuborg i 1970.

Fusjonen mellom Carlsberg og Tuborg ble startskuddet til en kraftig internasjonal ekspansjon. Carlsberg startet egne bryggerier mange steder i verden, blant annet i Storbritannia og Malaysia, eller de kjøpte allerede eksisterende bryggerier, f. eks. i Tyskland, Finland og Sverige. I tillegg inngikk Carlsberg en lang rekke partnerskap med lokale bryggerier og industrifolk om salg og produksjon av Carlsberg øl. Ved tusenårsskiftet var Carlsberg på denne måten vokst til å være en betydelig aktør på den internasjonale bryggeriscenen. Denne posisjonen ble styrket den 13. februar 2001 da Carlsberg AS med 60 % og norske Orkla med 40 %, inngikk en avtale om etablering av Carlsberg Breweries AS. Dermed ble enda et skritt tatt for å styrke Carlsbergmerket globalt.

Hengivenhet til brygging av kvalitetsøl er fortsatt essensen i bryggeriets arbeid og den dag i dag lever Carlsbergs nesten 28.000

ansatte etter "De Gyldne Ord" fra J. C. Jacobsens testamente: "Ved Carlsberg Bryggeriernes drift skal det være det stadige formål, uden hensyn til en øjeblikkelig fordel, at udvikle fabrikationen til den størst mulige fuldkommenhed, således at disse bryggerier og deres produkter altid kan stå som et mønster og ved deres eksempel virke til, at ølbrygningen her i landet holdes på et højt og hæderligt standpunkt".

Det finnes mange historier om hvorfor elefanten har blitt stående som et symbol for Carlsberg bryggeri. Den "offisielle", slik den fortelles av Carlsbergmuseet i København, er at Carl Jacobsen som var opptatt av reiser og arkitektur, lot seg inspirere av steinsøylen på Minervaplansen i Roma. I København fikk han bygget en elefantport som inngang til bryggeriet. Denne porten består av fire elefanter som bærer et tårn. Dette tårnet inneholdt en vannkant og noe av ideen var å se elefanten som en vannbærer. Carl Jacobsen fikk også gravert inn navnene til de fire av barna som vokste opp, på elefantene. Slik ønsket Jacobsen å la elefantene være symbolet på de som skulle bære Carlsberg-historien videre.

Produktet

Carlsberg er et bevis på at et Superbrand oftest bygger på et superprodukt. Hos Carlsberg sikrer 'De Gyldne Ord' at det aldri blir gått på akkord med kvaliteten av råvarene eller selve bryggeprosessen. Hver ingrediens i en Carlsberg må leve opp til et strengt kvalitetskrav. Bare det beste er godt nok: Spesielt utvalgt humle fra unge hunnblomster, lettristet malt fra førsteklasses spirende bygg, Carlsbergs berømte gjær og rent vann. På den måten sikrer bryggeriet at produktet alltid lever opp til det internasjonale "slogan" som fortsatt er: 'Probably the best beer in the world'.

Hovedproduktet Carlsberg Pilsner som hadde 100 års jubileum i 2004, har alltid vært lokomotivet for Carlsberg-merket. Men for å imøtekomme markedets behov, er porteføljen løpende utvidet.

I Norge finnes foruten Carlsberg pils i forskjellige emballasjeformer (boks, flaske) også spialserien Jacobsen som er husbryggeriet til Carlsberg. De har spesialisert seg på å brygge øl av meget høy standard til den kvalitetsbevisste forbruker. Dette er øl som skiller seg ut fra vanlig pils og som gir en fantastisk god smaksopplevelse!

Seneste utvikling

Etter at Carlsberg Breweries kjøpte opp Orkla ASAs 40 % store andel i Ringnes våren 2004, eies nå Ringnes 100 % av Carlsberg Breweries. Carlsberg Breweries ble dannet som en



forretningsenhet 13. februar 2001, som et resultat av sammenslåingen mellom bryggerivirksomheten til daværende PrippsRingnes og Carlsberg AS. Carlsberg Breweries er registrert i Danmark med hovedkontor i København.

Carlsberg AS er nå verdens femte største bryggerikonsern. Selskapet har virksomheter i 50 land og varemerker som markedsføres i 140 land. Det er omkring 31 000 ansatte i Carlsberg AS. Siden Carlsberg hele tiden går inn i nye markeder, får også stadig flere ølentusiaster verden over mulighet til å nyte sin Carlsberg sammen med sine venner. I 2002 ble Carlsberg lansert i Russland – det raskest voksende markedet i verden. I tillegg fortsetter veksten i England, som er verdens største ølmarked og merket styrker sin posisjon over hele Europa, i det raskt voksende asiatiske markedet og i Amerika.

Markedsføring

Norge har forbud mot markedsføring av alkoholholdige drikker. Øl og ølreklame rettet mot forbruker er derfor ikke aktuelt i markedsføringen. Det som gjøres av markedsføring er derfor i hovedsak begrenset til informasjon rettet mot faghandelen.

Carlsberg har alltid levd etter teorien om at et markant merke ikke kan bygges opp og vedlikeholdes uten tydelig markedsføring. Når den norske markedsføringsloven tilsier at det ikke er lov å reklamere for alkohol har Carlsberg derfor heller et sterkt internasjonalt fokus.

Carlsberg har alltid prioritert en klar sponsorstrategi, som sikter på å skape relevans og nærvær for brandet hos målgruppen gjennom en rekke sterke nasjonale og internasjonale sportssponsorater. Linken mellom Carlsberg og fotball strekker seg over fire generasjoner, med team sponsoravtaler som rangerer seg fra lokale danske klubber som København, til den store giganten Liverpool FC. På den globale arenaen har Carlsberg sponset turneringer som EM, VM og UEFA Cup-finaler. De vil også være hovedsponsor for EM i 2008.

En nyere sponsorkategori for Carlsberg er golfspporten, hvor engasjementet i noen år har vært fokusert på store turneringer i Asia som f. eks. Carlsberg Malaysia Open. Med et hovedsponsorat i Nordic Open 2003, som var det første Europa Tour arrangementet i Danmark noensinne, er Carlsbergs dedikasjon til golfspporten også blitt bekreftet, i Skandinavia. Carlsberg var en av sponsorene av VM i alpine grener i Åre i 2007.

Produktplassering spiller også en sterk rolle i Carlsberg sin internasjonale strategi. I 2002 var Carlsberg sterkt synlig i den kjente filmen Spiderman. Carlsberg var også med i *Insomnia*, *The Wedding Planner* og *The Pledge*.

Merkeverdi

Carlsberg-merkets globale utbredelse og suksess bygger på kjerneverdiene *Cosmopolitan*, *Contemporary*, *Passion for Excellence* og *Witty* i betydningen intelligent understatementhumor. Dette er også utgangspunktet på det skandinaviske markedet, hvor det langsiktige målet er å løfte merket til en premium posisjon. Selv om de fleste nordmenn utvilsomt føler en skandinavisk tilhørighet og stolthet når de møter Carlsberg selv i de mer isolerte hjørner av verden, er Carlsberg for nordmenn først og fremst en velkjent dansk øl.

Bevisstheten om den internasjonale suksessen tilfører imidlertid merket et visst format, stil og klasse – også i Norge. Carlsbergs historie og 156 års stolte tradisjoner for ølbrygging er velkjente og en garanti for ypperlig kvalitet, som er en definitiv del av Carlsberg. Men i stedet for å fokusere på historiske prestasjoner sørger bryggeriet alltid for at merket fremstår som relevant og tidsmessig for dagens forbrukere, slok at det gode øl også i fremtiden kan bidra til livsnyttelse for kvalitetsbevisste forbrukere. Merkevaren Carlsberg er verdens nest mest solgte øl målt i volum solgt utenfor hjemlandet.



Ting du ikke visste om Carlsberg

Carlsberg har et spesialutdannet smakspanel som smaker på 12.500 flasker øl i året.

På bryggeriet i Valby har Carlsberg en stall med 13 av de trofaste jyske bryggerihestene. Stallen inngår i dag i bryggeriets besøksrute som over 140.000 gjester hvert år følger når de er på besøk på Carlsberg.

Carlsbergs Forskningscenter har 60 laboratorier med plass til over 130 medarbeidere.

Over 88 % av Carlsberg-gruppens ølsalg skjer utenfor Danmarks.

Carlsberg Breweries er den femte største bryggerigruppen i verden.

Carlsberg har produsert spesialøl for kongelige og VIPs som f. eks. Winston Churchill og Dronning Elizabeth II.

Carlsbergs er verdens nest eldste logo som fremdeles er i bruk.

