

Konkurrence i den danske ølbranche

Spørgsmål:

- Undersøg konkurrencesituationen på det danske ølmarked. Anvend viden om omverdensforhold, efterspørgselsforhold og konkurrenceforhold.
- Vurdér herefter hvad de store bryggeriers øgede fokus på specialøl har af betydning for konkurrencesituationen for mikrobryggeriproduceret specialøl i Danmark.
- Diskuter afslutningsvis hvad de mindre bryggerier skal gøre for at sikre deres fortsatte salg.

Bilag 1: Fakta om ølbranchen i Danmark

Fakta om ølbranchen i Danmark

- **Carlsberg** er verdens tredjestørste bryggeri. Carlsberg er Danmarks største med ca. 55% markedsandel i Danmark. Med store ressourcer har Carlsberg tidligere været tilbøjelig til at indgå priskrig for at bevare sin markedsandel.

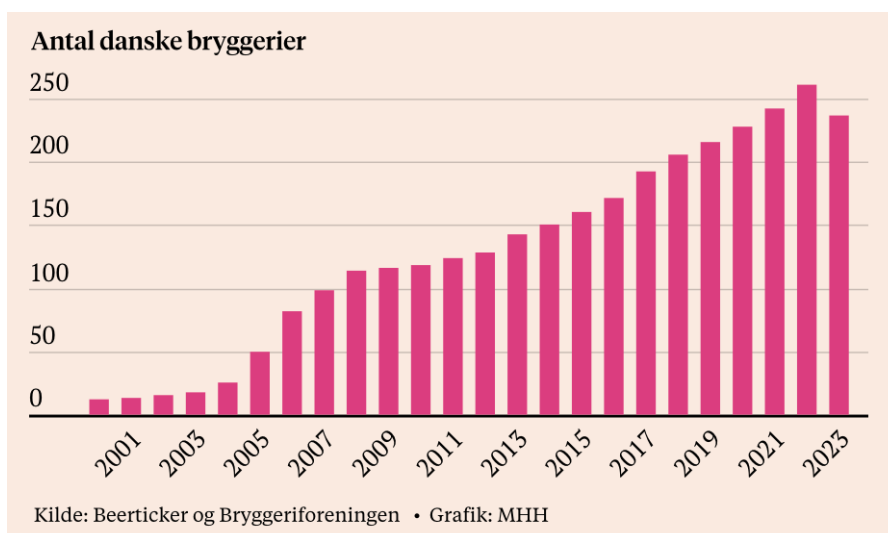
- Carlsberg har etableret eget mikrobryggeri med navnet Husbryggeriet Jacobsen i 2005.

- **Royal Unibrew** er Danmarks næststørste bryggerikoncern med de nationale mærker Royal, Faxe Kondi og Egekilde og de stærke regionale mærker Albani, Ceres og Thor. Markedsandel i Danmark er omkring 25%.

- Royal Unibrew begyndte i 2006 med at lancere 17 specialøl fra udenlandske producenter samt danske mikrobryggerier.

- Mikrobryggerier – f.eks., Gourmet Bryggeriet (den første børsnoteret specialølsbryggeri i Danmark), Nørrebro Bryghus, Ørbæk Bryggeri, **Mikkeler-øl, To Øl, Herslev Bryghus** etc.

- Danskerne vil have specialøl – og det har de fået. Siden årtusindskiftet er antallet af bryggerier steget eksplosivt fra 12 til mere end 200. Men i 2023 vendte udviklingen. For første gang i mere end tyve år blev antallet af bryggerier i Danmark færre. Mere præcist lukkede 24 bryggerier, og det er særligt de små og mellemstore specialølproducenter, der er pressede.



Kilde www.bryggeriforeningen.dk

Redigeret af CSK

De danske mikrobryggerier oplever et stigende pres på indtjeningen, der er ved at knække branchen i to. De stærke investorer, de svage går ned

"Da vi åbnede det her sted, vidste vi, at vi ikke måtte stagnere. Det her er ikke et marked, hvor man må stå stille," siger Tore Gynther.

Han står foran 15 plastikbaljer fyldt med håndskårne pommefritter. Han er manden bag bryggeriet To Øl og befinder sig i baren Brus, der er To Øls 750 kvadratmeter store bar, spisested og tapperi i Guldbergsgade i hjertet af Nørrebro i København.

Nu er der så gået tre år siden åbningen af Brus, og han er igen klar til at bevæge sig.

Denne gang har han købt en 26.000 kvadratmeter stor fabrik i Vestsjælland, der tidligere husede fødevarerproducenten Beauvais, som producerede syltede agurker og Herregårdsrødkål. Nu skal der for alvor produceres drikkevarer.

To Øl er billedet på den ene af to tendenser, der præger den danske branche for mikrobryggerier.

Nogle eksporterer, investerer, vokser og har kapitaltunge ejere, mens andre er drevet af få personer og primært sælger deres øl lokalt.

Skal man tro branchekendere, er den udvikling ved at blive mere udtalt.

"Branchen er ved at knække over i to, hvor der er nogle, som enten går all-in og investerer, og så er der nogle, som vælger at sælge lokalt," siger Klaus Rehkopff.

Han er landsformand for Danske Øl Entusiaster, der er en uafhængig forbrugerorganisation, som i over 20 år har arbejdet for udbredelsen af og kendskab til godt kvalitetsøl. Han følger markedet tæt.

"Vi kan se, at flere investerer nu. De skal ud at kæmpe med de store bryggerier, og så handler det i høj grad om godt købmandskab," siger Klaus Rehkopff.

Et dataudtræk af 30 danske mikrobryggerier foretaget af Børsen Analyse viser, at 10 af de 30 analyserede virksomheder har øget deres anlægsaktiviteter, heriblandt bryggeriet Fuglsang, To Øl, Svaneke Bryghus og Fanø Bryghus. Balancen for branchen er øget med 6 pct.

Indtjening under pres

2018 blev ikke noget udpræget jubelår for branchen af danske mikrobryggerier på trods af en meget varm sommer. Indtjeningen er under pres, flere virksomheder end året før leverer underskud, og halvdelen af virksomhederne må se et fald i den primære drift, viser dataudtrækket udarbejdet af Børsen Analyse. Det står i kontrast til markedslederen Carlsberg, der øgede både omsætning og indtjening på det danske marked. Det er en branche, der i en lang årrække er blevet båret frem på ryggen af en stigende tørst blandt forbrugerne efter nye øltyper. I Danmark betyder det, at der i dag er over 200 bryggerier og kontraktbryggerier. Bare det seneste årti er der blevet lanceret 11.000 nye øl fra danske bryggerier. Det forgangne år slog alle rekorder med over 1800 nye danske øl.

"Jeg er selvfølgelig helt personligt meget glad for, at Danmark har fået så mange nye bryggerier. Men nu har jeg vanskeligt ved at se antallet af bryggerier stige yderligere. Tværtimod," konstaterer Klaus Rehkopff fra de Danske Øl Entusiasterne.

Sidste år lukkede 18 bryggerier, hvoraf fem var konkurser og blandt andet måtte Indslev Bryggeri fra Fyn smide håndklædet i ringen.

"Det er klart, at med 1800 nye øl er der et meget stort udbud. Dermed også en stor konkurrence, og så siger almindelig markedsøkonomi, at der selvfølgelig er et prispres," siger Niels Hald, der er direktør for Bryggeriforeningen.

Han forholder sig dog optimistisk på branchens vegne.

"Vi oplever, at der er nogle, som fintuner deres forretningsmodel og prøver at finde deres egen niche. Det er jo måden, man kan blive mere fri af prispreset," siger Niels Hald.

To Øl har på syv år skabt sig et navn i både Danmark og udlandet. Tore Gynther eksporterer ca. 80 pct. af sin øl, hvor han har godt fat i USA, Canada og dele af Asien.

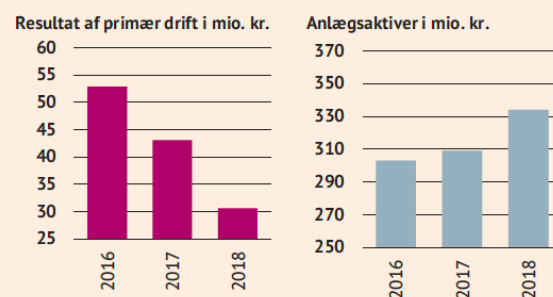
Han har store forhåbninger til sin nye kæmpefabrik i Svinninge vest for Holbæk.

"Vi var nået til et sted, hvor vi skulle tage næste skridt og gøre det klart, hvad vi ville med To Øl de næste ti år," siger han.

Det, han vil, er at levere helt frisk øl. Tore Gynther er dybt inspireret af mejerier, der kan levere mælk fra produktion til forbruger på få dage. Nu vil han levere friskbrygget øl til barer og caféer.

Mikrobryggeriers indtjening under pres

De danske mikrobryggerier er samlet set presset på indtjeningen, mens de samlede anlægsinvesteringer stiger



Kilde: Regnskaber for mikrobryggerier, Børsen analyse

maja

Bilag 3: Carlsbergs strategi presser de små. Børsen 14. juni 2019. Af Af Jesper Kongskov

Tilbage i 00'erne talte man om den danske ølrevolution. Et utal af små, innovative bryggerier piblede frem, og det samme gjorde antallet af nye danske øl. Væksten var nærmest ustoppelig. Der var tilsyneladende plads til alle. Nu her ca. 15 år efter, revolutionen brød ud, står den danske ølbranche ved en skillevej. Trods generelt gode tider i økonomien og en rekordvarm sommer sidste år, som altid hjælper, når man er i ølbranchen, er der overraskende pres på indtjeningen blandt de mindre bryggerier.

Selvfølgelig betyder det høje antal af bryggerier i så lille et marked som det danske meget. Overkapacitet presser naturligt lønsomheden. Men det gør en ændret strategi fra markedslederen Carlsberg også. Officielt omfavner Carlsberg mikrobryggerierne, fordi de øger udbuddet og interessen for ølkategorien.

Ikke for sjov

Men Carlsberg brygger hverken øl for sjov eller pro bono. Det er hård business. Da Carlsbergs topchef Cees 't Hart fyrede den danske direktør Carsten Hänel i 2016, var det, fordi Hart ville have, at Carlsberg var mere "aggressiv" på det danske marked.

Siden har den nuværende Carlsberg Danmark-direktør, Søren Brinck, strammet grebet om det lukrative, danske fadølsmarked. Carlsberg satser massivt på særligt to af sine udenlandske varemærker, den belgiske munkeøl Grimbergen og den franske Kronenbourg 1664. Også Carlsbergs egen Jacobsen-øl bliver i stigende grad sendt ud i hanerne på de danske barer og restauranter. Uanset at de fleste øl-aficionados vil mene, at selv Grimbergen er en stangvare, har det betydet stor vækst for specialølsegmentet for Carlsberg. Salget af Grimbergen voksede således 30 pct. fra 2017 til 2018, mens salget af 1664 voksede over 100 pct. Det øger selvsagt konkurrencen for de små bryggerier.

Kun de stærkeste kan modstå det pres.

Bilag 4: Carlsberg bliver medejer af Mikkeller. Børsen 17. januar 2024. Af Thomas Hvelplund Askjær

Efter en række svære år tager specialbryggeriet Mikkeller endnu en investor ind i ejerkredsen. Men det er mig, der bestemmer, siger stifter og adm. direktør Mikkil Bjergsø.

I flere år sad der på døren til Mikkellers bar i Viktoriagade i København et klistermærke, hvor der stod "Carlsberg Free Zone". Det var en lille stikpille til det store danske bryggeri, som mikrobryggeriet gerne ville distancere sig fra.

Nu er tonen en anden. Mikkellers stifter, Mikkel Bjergsø, åbner nu døren og lukker Carlsberg ind i Mikkellers ejerkreds.

Carlsberg køber 20 pct. af aktierne i Mikkeller, der har været det mest fremadstormende specialbryggeri i Danmark de seneste 20 år.

På samme tid overtager de distributionen af Mikkellers øl i Danmark for et hemmeligt beløb.

"Det er specielt at skulle lukke andre ind og dele virksomheden med dem. Men jeg har også indset, at mine ambitioner er for store, til at jeg kan nå at gøre det selv. Carlsberg har brugt 175 år på at nå dertil, hvor de er, og jeg har altså ikke 175 år tilbage," siger Mikkel Bjergsø.

Aftalen kommer på et tidspunkt, hvor Mikkeller gennem en årrække har været ramt af store millionunderskud, der har tvunget bryggeriet til at skære til, lukke barer og forlade markeder.

Men investeringen fra Carlsberg er ikke kommet i stand grundet nød, understreger Mikkel Bjergsø.

Efter en svær periode under pandemien og med stigende omkostninger efter Ruslands invasion af Ukraine går det endelig fremad, og Mikkellerstifteren har igen fået blod på tanden. Nu skal der ekspanderes i udlandet med nye restauranter og barer.

"Jeg ved ikke, hvad det er, men jeg har virkelig fået blod på tanden igen. Jeg var træt, men nu kan jeg se, at det går fremad igen, og derfor er denne aftale god timing for mig," forklarer Mikkel Bjergsø, der fortsætter som adm. direktør i Mikkeller.

Siden efteråret har han forhandlet med Carlsberg, der er blandt verdens fem største bryggerier. Bryggerigiganten fra Valby skal nu i gang med at ombygge sit bryggeri i Fredericia, så de kan brygge Mikkellers øl.

Som det er tilfældet med mange mikrobryggerier, blev Mikkeller bygget på at være i opposition til store bryggerier som Carlsberg.

Alligevel frygter Mikkel Bjergsø ikke, hvordan resten af branchen og Mikkellers store fanskare vil reagere på nyheden om, at Carlsberg bliver lukket ind i ejerkredsen.

"Det er i ølbranchen, som det er i musikbranchen, at når man skriver under med et stort selskab som band, så har man i gåseøjne solgt ud. Så længe jeg beholder beslutningskraften, og produkterne bliver ved med at være innovative, er jeg egentlig ikke så bekymret," siger han.

Hos forbrugerorganisationen Danske Ølentusiaster, der arbejder for udbredelsen af kvalitetsøl, hilser man nyheden velkommen, hvis det betyder, at der kommer Mikkeller øl ud i hver en flække i Danmark.

Dog giver det også et lille stik i hjertet, at Carlsberg nu bliver medejer af Mikkeller, siger formanden for Danske Ølentusiaster, Klaus Rehkopff.

"Mikkeller har på mange måder været symbolet på den danske specialølrevolution, men de er jo også påvirket af markedskræfterne, og Carlsberg er en stor markedskraft. I sidste ende er vi alle til salg, når det kommer til stykket," siger Klaus Rehkopff.

Vigtigt at bestemme Markedet for specialøl er voksende, og med adgang til Mikkellers portefølje af ølbrands får Carlsberg en endnu stærkere position i Danmark.

(...)



Mikkeller har været igennem svære år

272,8 mio. kr. har bryggeriet tabt de sidste fem år. Pandemi, krig og høje fragtrater har gjort særdeles ondt



Bilag 5: Han løb sur i at være landmand - så blev øllet hans skæbne 22. april 2024 Berlingske

I 2023 var der 24 færre bryggerier end året før. Det svarer til, at hvert 11. bryggeri i Danmark lukkede. Herslev Bryghus er ikke et af dem.

(...)

En modvægt til store bryggerier

Herslev Bryghus er ikke ved at dreje nøglen om. Deres omsætning og indtjening er steget i 2023, og de går ind i deres jubilæumsår med et af de bedste regnskaber nogensinde.

Det har Tore Jørgensen en forklaring på.

»Jeg tror, at det giver et positivt afkast i regnskabet, at vi i mange år har arbejdet benhårdt for at være stærke på social bæredygtighed, biodiversitet og historiefortælling. Det giver nok særligt pote nu, fordi det er i overensstemmelse med de ønsker og tanker, som både samfund og kunder har,« fortæller direktøren. Han mener, at de har »holdt fast i det ærlige og ligefremme«, hvor ønsket fra start har været, at de ville have »mere natur og mindre industri«, som skulle fungere som en modvægt til det, som Tore kalder »store bryggeriers masseproducerede pjask«.

(...)

Vi laver en »no bullshit-øl«

Hvert år kåres Årets Danske Bryggeri, af foreningen Danske Ølentusiaster, hvor 1.272 medlemmer afgiver deres stemme. Herslev Bryghus kom på 7.-pladsen med i alt 4,5 procent af stemmerne.

Det giver anledning til at spørge, hvem deres største konkurrent er.

»Vi konkurrerer meget med To Øl, selvom vi er fuldkommen forskellige. Herslev Bryghus producerer økologiske øl, og To Øl producerer konventionel øl. Vi er en "no bullshit-øl", og der står på vores øl, at det er en hvedeøl, og at der er hvede i. To Øl bruger mange fancy ord, og på den måde er vi ikke konkurrenter,« fortæller Tore Jørgensen.

Har I kunnet mærke, at Royal Unibrew og Carlsberg også er begyndt at lave noget, som minder om jeres?

»Det har ikke noget at gøre med mikrobryggeri, det Royal Unibrew og Carlsberg laver, selvom de er begyndt at lave øl af højere kvalitet.

(...)



BRYGGET TÆT PÅ NATUREN

Siden 2004 har Herslev Bryghus skabt øl, der hylder naturen og håndværket. Vi startede med en drøm om at bringe naturens rene smage ind i hver øl, og den passion lever videre i dag. På gården brygger vi økologisk, med råvarer fra egne marker, for at skabe smagsoplevelser, der afspejler landskabet omkring os.

NATURØL ER ØKOLOGISKE ØL DER ER...

Er inspireret af rene råvarer, sæsonernes skiften og naturen omkring Herslev.

De brygges med minimalt brug af tilsætningsstoffer, så smagen af råvarerne og øltypen træder tydeligt frem.

Samtidig skabes de med respekt for naturen, håndværket og de mennesker, der er en del af vores kredsløb i Herslev ved Roskilde.



Pilsner
35,00 kr



Under Solen
35,00 kr



Hvedeøl
35,00 kr



Wiener Klassik

Wiener Klassik
35,00 kr