

Neumarkter Lammsbräu weiter auf Wachstumskurs

geschrieben von PfaffKomm | 3. Februar 2015

NEUMARKTER LAMMSBRÄU

Neumarkt, 03. Februar 2015 – Die Neumarkter Lammsbräu legt heute anlässlich der bevorstehenden Biofach-Messe in Nürnberg die wichtigsten Kennziffern des Unternehmens zum Geschäftsjahr 2014 sowie eine Vorschau auf das laufende Jahr 2015 vor.

Der Bio-Getränke-Pionier hat seinen Umsatz erneut um 12 Prozent auf 19 Mio. Euro gesteigert (2013: 17 Mio. Euro) und damit nicht nur die eigenen Planungen deutlich übertroffen, sondern abermals Getränke- und Biobranche überflügelt.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr entwickelten sich alle Segmente ähnlich positiv; einen ganz besonderen Erfolg konnte das Bio-Mineralwasser BioKristall mit 35 Prozent Zuwachs auf jetzt 11.585 Hektoliter Ausstoß (2013: 8.575 hl) verbuchen. Dies ist vor allem der Tatsache geschuldet, dass BioKristall das erste zertifizierte Bio-Mineralwasser in Deutschland ist, dessen hohe und umfassende Qualität zunehmend die Aufmerksamkeit der Verbraucher auf sich zieht. Die now-Limonaden legten um 11 Prozent zu (27.310 hl) und eroberten weiter Marktanteile (Naturkosthandel: mit 24 Prozent Marktanteil auf Platz zwei der Bio-Erfrischungsgetränke-Hersteller). Noch stärker wuchs das breite Sortiment der alkoholfreien Biere, das ein Plus von 15 Prozent erreichte (44.248 hl) und damit besonders von diesem Trend profitierte. Alkoholfreie Topseller waren 2014 das „Lammsbräu alkoholfrei“ (+14 Prozent) und „now Fresh Lemon“ (+13 Prozent). Der gesamte Ausstoß der alkoholfreien Getränke erhöhte sich um 12 Prozent auf 98.598 Hektoliter (2013: 88.275 hl).

Auch seinen Bierausstoß hat der Marktführer im Bio-Bierbereich 2014 um 13 Prozent gesteigert auf 80.536 hl (2013: 71.342 hl)

und entwickelte sich damit weit besser als der Biermarkt, der erstmals seit 8 Jahren wieder stabil war. Insgesamt erhöhte sich der Getränkeausstoß um 12 Prozent auf 179.134 hl (2013: 159.617 hl).

Das Jahr 2014 stand bei Neumarkter Lammsbräu ganz im Zeichen der Braurohstoffe: Die eigene Erzeugergemeinschaft feierte ihr 25-jähriges Jubiläum, die vereinbarte Liefermenge erreichte mit über 1.700 Tonnen Braugetreide einen historischen Höchststand. Um auch weiterhin den Rohstoffbedarf aus der Region decken zu können, wurden 16 neue Landwirte gewonnen. Die von EZÖB-Mitgliedern für Lammsbräu streng ökologisch bewirtschaftete Fläche wuchs dadurch um 38 Prozent auf inzwischen insgesamt 587 ha.

Lammsbräu-Generalbevollmächtigte Susanne Horn: „Wir haben 2014 auch im Branchenvergleich sehr gute Absatzzahlen erwirtschaftet. Und wir haben den Grundstock dafür gelegt, dass wir unseren Konsumenten auch in den kommenden Jahren weiterhin regional verankerte Qualität und umfassende Nachhaltigkeitsfortschritte garantieren können.“
2015 wird „richtungsweisend“

„Für 2015 rechnen wir mit einem fortgesetzten, etwas moderateren Wachstum als zuletzt, da wir inzwischen im Naturkostfachhandel eine sehr gute Verbreitung erreicht haben. Am Ende des Jahres wird der Umsatz bei etwa 20 Mio. Euro liegen“, so Susanne Horn. Dazu tragen auch die fünf Neuentwicklungen aus allen Segmenten bei, die Lammsbräu zur Biofach präsentiert. Die Produktpalette umfasst im laufenden Jahr folglich 38 Getränke (18 Bierspezialitäten, zwei glutenfreie Spezialgetränke, zwei Biermischgetränke, 12 Bio-Erfrischungsgetränke und 4 Mineralwasser-Varianten).

Als Jahresmotto hat die größte Bio-Brauerei einen ihrer sieben Unternehmenswerte gewählt: „richtungsweisend“ sind 2015 nicht nur der Ausbau und die Modernisierung der Brauerei, sondern auch die weitere Umsetzung der Klimastrategie etwa mit der

Fertigstellung eines Energieversorgungskonzeptes auf Basis regenerativer Energien und die Bemühungen, den Ausweis eines Quellschutzgebietes rings um die BioKristall-Quelle zu erreichen.

Ein Datenblatt mit allen Basis-Informationen über die Neumarkter Lammsbräu ist [hier](#) abrufbar. Weitere Informationen zur Neumarkter Lammsbräu finden sich im Internet unter www.lammsbraeu.de.

Pressekontakt:

Dr. Antonia Green
Thomas Pfaff Kommunikation
Tel.: +49-89-992496-51
green@pfaff-kommunikation.de