



PRESSEMITTEILUNG

140 Jahre: Hasseröder feiert Jubiläum

- Mit weiteren Investitionen in neues Wachstumsjahr
- Hasseröder Fürstenbräu Granat erinnert an Wurzeln der Brauerei

Wernigerode, 8. Mai 2012: Am 19. Mai 2012 feiert Hasseröder sein 140-jähriges Jubiläum. Ins Jubiläumsjahr gestartet ist die Biermarke mit dem Auerhahn bereits: Rund 30 Millionen Euro hat die Brauerei aus Wernigerode in Sachsen-Anhalt investiert und kommt nun in über 100 Millionen attraktiven Individualflaschen zum Verbraucher. Die zum weltgrößten Braukonzern Anheuser-Busch InBev zählende Braustätte hat allen Grund zum Feiern: „Tradition und Moderne gehen hier Hand in Hand - Hasseröder ist heute eine der modernsten Brauereien in Europa. Die Marke setzt weiter auf Qualität, Herkunft und attraktive Markenerlebnisse“, so Deutschlandchef Chris Cools. Die Vermarktung passt: Hasseröder gehört inzwischen bundesweit zu den Top 3 der deutschen Premium-Pils-Biere. Im Jubiläumsjahr will die Brauerei die 3 Millionen Hektoliter-Grenze knacken.

Die Geschichte von Hasseröder beginnt am 19. Mai 1872 im heutigen Wernigeroder Stadtteil Hasserode mit der Gründung der Brauerei „Zum Auerhahn“. Seit 2004 gehört Hasseröder zu Anheuser-Busch InBev und profitiert vom Netzwerk des weltgrößten Brauereikonzerns. In Deutschland zählt Hasseröder neben Beck's und Franziskaner zu den drei stärksten Marken des Unternehmens, weltweit zu den wichtigsten 20 der über 200 Biermarken, die der Konzern zählt. Heute braut und verkauft die Traditionsmarke aus dem Harz über 2,7 Millionen Hektoliter Bier. Hasseröder ist damit keine rein ostdeutsche Marke mehr: als Marktführer im Pils-Segment in Ostdeutschland gehört sie bundesweit zu den Top 3 der Premium Pils-Biere im Handel. In den letzten Jahren ist der Absatzanteil von Hasseröder in Westdeutschland von rund zehn Prozent auf rund 25 Prozent gestiegen. Diese Entwicklung kann keine andere Marke vorweisen. „Die Zahlen zeigen, dass der Weg, den wir mit der Marke bisher gegangen sind, der Richtige ist“, so Cools. 2011 legte der Absatz bundesweit um über 10 Prozent zu. Selbst gestecktes Ziel für das



P R E S S E M I T T E I L U N G

laufende Jahr sind 3 Millionen Hektoliter Hasseröder. Die Biermarke lässt sich damit vom ansonsten seit Jahren insgesamt rückläufigen Biermarkt nicht beeinflussen.

Erfolgsformel: Qualität, Historie, attraktive Themen und neue Produkte

Das Erfolgsgeheimnis der Marke besteht laut Cools aus vier Dingen: „Qualität, Geschichte, Themen, die für Hasseröder-Freunde interessant sind und attraktive neue Produkte.“ Hasseröder braut mit ausgewählten Rohstoffen und natürlich nach dem deutschen Reinheitsgebot - was die Qualität betrifft, ist die Marke gerade wieder von der DLG mit Gold ausgezeichnet worden, das Fachmagazin Lebensmittel Zeitung hat Hasseröder zur Topmarke des Jahres gewählt. „Hasseröder besetzt mit ‚Männerfreundschaft‘ ein Thema, das Verbraucher bundesweit anspricht und von keiner anderen Marke so erfolgreich gespielt wird“, erklärt Chris Cools den Erfolg der Marketing-Kampagne. Mit Hasseröder Vier, Hasseröder Schwarz und einer neuen Individualflasche hat das Unternehmen in jüngster Zeit neue Produkte und Verpackungen vorgestellt, die das Wachstum der Marke unterstützen.

Hasseröder Fürstenbräu Granat zum Jubiläum

Passend zum Jubiläum haben die Braumeister eine alte Rezeptur neu belebt. Mit „Hasseröder Fürstenbräu Granat“ gibt es zum Jubiläum ein Bier, das bei 5,8 Prozent Alkoholgehalt einen röstaromatischen und vollmundigen Geschmack verspricht. Zum Sortiment gehören heute neben der jüngsten Neueinführung der Klassiker Hasseröder Premium Pils, Hasseröder Premium Export, Hasseröder Premium Radler, Hasseröder Schwarz und Hasseröder Vier. Die Marke hat nicht nur das Potential, eine nationale Marke zu werden - wir sind schon auf einem guten Weg“, verrät Cools mit Blick in die Zukunft.

Europas modernste Braustätte

In Wernigerode sind rund 320 Mitarbeiter beschäftigt. Der Standort ist zugleich eine der modernsten Brauereien in Europa. „Darauf sind wir stolz, an diesem hohen Standart für die Marke und die Brauerei werden wir auch weiter arbeiten“, so Cools. Im Rahmen seines weltweiten, so genannten „Better World“-Programms will Anheuser-Busch InBev bis Ende des Jahres in allen Brauereien weltweit den Verbrauch auf durchschnittlich 3,5



PRESSEMITTEILUNG

Liter Wasser pro Liter produzierten Bieres senken, 2008 waren es noch durchschnittlich fünf Liter. Die Wernigeroder Hasseröder-Brauerei zählt unter den über 100 Brauereistandorten des Konzerns zu den zehn effizientesten, was den Wasserverbrauch betrifft. So benötigt sie schon heute nur knapp drei Liter Wasser pro Liter produziertem Bier, so Cools. „Wir sind stolz auf das Erreichte und können positiv in die Zukunft blicken“, fasst er zusammen.

Ansprechpartner Medien

Oliver Bartelt, Unternehmenssprecher Anheuser-Busch InBev

Telefon: 0421-5094-4854

Mobil: 0151-121 43 656

E-Mail: oliver.bartelt@ab-inbev.com

www.ab-inbev.de

www.hasseröder.de