

PRESSEINFORMATION

Griesson - de Beukelaer behauptet sich gut trotz Wirtschafts- und Finanzkrise

481 Millionen Euro Umsatz / Marktanteil nochmals verbessert / 12,1 Millionen in neue Produktionstechniken und –verfahren investiert / Sichere Arbeitsplätze für 2.124 Mitarbeiter / Zwei Prozent Wachstum im laufenden Jahr angestrebt

Frankfurt am Main/Polch, 25. Februar 2010. – Griesson - de Beukelaer (GdB), eines der führenden Unternehmen im nationalen und europäischen Süß- und Salzgebäckmarkt, hat sich auch in der schwersten Wirtschafts- und Finanzkrise der Nachkriegszeit gut behauptet und für das Geschäftsjahr 2009 stabile Geschäftszahlen vorgelegt. „Wir sind angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen mit dem Ergebnis zufrieden. Griesson - de Beukelaer hat auch im Geschäftsjahr 2009 seine besonderen Qualitäten unter Beweis gestellt“, sagte Andreas Land, Vorsitzender der Geschäftsführung, auf der Pressekonferenz in Frankfurt.

Der Umsatz des Familienunternehmens mit Hauptsitz im rheinland-pfälzischen Polch konnte auf dem hohen Vorjahresniveau gehalten werden. Die 2.124 Mitarbeiter haben 481,2 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet – gegenüber 480,9 Millionen Euro im Jahr zuvor (+0,1%). Damit hat das Unternehmen trotz des schwierigen konjunkturellen Umfeldes Marktanteile hinzu gewonnen, während der Gesamtmarkt der Süßgebäckbranche um 1,1 Prozent geschrumpft ist. Sowohl beim Wert des Süßgebäcks (von 10,6 auf 11,3 Prozent) als auch beim Absatz (von 9,6 auf 10,7 Prozent) hat GdB seinen Marktanteil verbessert (Nielsen LEH+DM, MAT KW 48/2009). GdB produzierte 2009 154.400 Tonnen Gebäck an fünf Standorten in Deutschland. 59 Prozent seiner Produkte verkaufte GdB in Deutschland, 41 Prozent im Ausland. Stärkste Exportländer sind dabei Frankreich, Österreich, Italien und die USA. Die Internationalisierung wird in den nächsten Jahren konsequent fortgesetzt.

PRESSEINFORMATION

Moderne und solide Finanzpolitik

GdB generiert Investitionen generell aus dem Cashflow. Im abgelaufenen Geschäftsjahr investierte das Unternehmen 12,1 Millionen Euro in neue Produktionstechniken und -verfahren. Deshalb gehören die Produktionsstätten von GdB seit Jahren zu den modernsten in Europa: Beispielsweise hat das Unternehmen in sein Werk in Kahla seit 1993 mehr als 110 Millionen Euro investiert und insgesamt rund 500 Arbeitsplätze geschaffen. Konstanz und Verlässlichkeit sind Eckpfeiler der Unternehmenspolitik: Die Geschäftsführung, zu der neben dem Vorsitzenden Andreas Land Dr. Andreas Hennige, Uwe Dubber sowie die beiden zukünftigen Geschäftsführer Lars Wagener und Roland Haffke gehören, steht für modernes und solides Wirtschaften. „Wir sind Technologieführer. Absolute Verlässlichkeit und höchste Qualität erreichen wir mit modernster Technik und bestem Personal“, sagt Andreas Land. Die Mitarbeiterfluktuation liege bei weniger als einem Prozent. „Unsere Mitarbeiter schätzen die Kontinuität des Unternehmens und das hervorragende Betriebsklima.“

Qualität ohne Kompromisse

Alleine vier GdB-Produkte befinden sich unter den Top 10 im deutschen Süßgebäckmarkt: Spitzenreiter der Branche ist unangefochten die Prinzen Rolle. „Wir legen größten Wert auf geprüfte Qualität in jedem Produktionsschritt. Als Qualitätsführer verwenden wir in unseren Herstellungsprozessen keine Konservierungsstoffe, Geschmacksverstärker, künstliche Aromen und Farbstoffe“, erklärt Land. Permanent wird die Produktions- und Warenqualität kontrolliert: Alle Werke werden regelmäßig von externen Qualitätsprüfern auditiert und mit Bestnoten bewertet, wie beispielsweise nach dem *British Retail Consortium* oder dem *International Food Standard*. GdB legt auf Transparenz der Produktangaben größten Wert: Alle verbraucherrelevanten Informationen der Produkte sind auf den Verpackungen und auf der GdB-Website angegeben. Die Verbraucher werden informiert über Herkunft, Zusammensetzung, Kaloriengehalt, Fett, gesättigte Fettsäuren, Zucker und Natrium. Kohlenhydrate, Bal-

PRESSEINFORMATION

laststoffe und Eiweiß werden ebenso detailliert ausgewiesen wie Inhaltsstoffe, die für Allergiker relevant sind.

Erfolgsfaktor: Wachstum aus eigener Kraft

Der Erfolgskurs von GdB dauert seit Jahren unvermindert an. Andreas Land hat das Unternehmen, ebenso wie zuvor Mehrheitsgesellschafter Heinz Gries, auf eine langfristige und krisenfeste Perspektive ausgerichtet. In den nächsten Jahren will GdB im In- und Ausland weitere Marktanteile gewinnen. Das Unternehmen verspricht Produktinnovationen und will – nicht zuletzt dank seiner Qualitätsphilosophie – aus eigener Kraft wachsen. Für 2010 ist Land verhalten optimistisch. Er strebt ein Umsatzwachstum von zwei Prozent auf 491 Millionen Euro an und beabsichtigt Investitionen von 18,1 Millionen Euro (+52 Prozent). Das Budget im Bereich Marketing bleibt unverändert bei 13,3 Millionen Euro im laufenden Jahr.

Griesson - de Beukelaer

Griesson - de Beukelaer zählt zu den führenden Unternehmen im europäischen Süß- und Salzgebäckmarkt und produziert in Deutschland an den Standorten Polch (Rheinland-Pfalz), Kempen (Nordrhein-Westfalen), Kahla (Thüringen), Ravensburg (Baden-Württemberg) und Wurzen (Sachsen). GdB beschäftigt über 2.000 Mitarbeiter und erwirtschaftete in 2009 einen Gesamtumsatz von 481 Mio. Euro. Zum GdB-Sortiment gehören unter anderem die bekannten Marken DeBeukelaer, Griesson, Prinzen, LEICHT&CROSS, Tekrum, Café Musica, TUC, Mikado, Wurzener sowie in Lizenz Mövenpick.

PRESSEINFORMATION

Weitere Informationen erhalten Sie von:

Peter Gries

Griesson - de Beukelaer GmbH & Co. KG

Leiter Unternehmenskommunikation /

Pressesprecher

August-Horch-Straße 23

56751 Polch

Telefon: (02654) 401-12 14

Email: p.gries@gdb.biz

Dr. Matthias Michael

Engel & Zimmermann AG

Unternehmensberatung für Kommunikation

Schloss Fußberg, Am Schlosspark 15

82131 Gauting

Tel: (089) 89 35 63-3; Fax: (089) 89 39 84 29

Email: m.michael@engel-zimmermann.de