Carlsberg starter stærkt: Asien bag solid vækst

En omsætningsvækst på 15,3 pct. i Asien er årsag til, at Carlsberg kommer stærkt ud af første kvartal. Udfordringerne venter forude



Cees 't Hart, topchef i Carlsberg, kan glæde sig over et solidt 1. kvartal i bryggerigiganten. Her ses han på Nasdaq-børsen i New York med selskabets amerikanske ledelse tilbage i februar. Arkiv: Marie Bentzon.

Af Jonatan Rying Larsen og Frederik Vincent

Et normalt stille kvartal overrasker **Carlsberg** i årets første tre måneder – især drevet af solid vækst på de asiatiske markeder. I kvartalsmeddelelsen, der kun indeholder enkelte nøgletal, steg omsætningen med 6,4 pct. til 13,8 mia. kr., hvilket var langt over analytikernes forventninger.

"Hvis vi ser på det med **Sail 22**'-briller (Carlsbergs strategi, *red.*), har vi fokus på de store lande som Vietnam, Indien og Kina, og de havde alle virkelig god vækst i 1. kvartal," siger Carlsberg-topchef **Cees 't Hart**, der samtidig hæfter sig ved, at nøgleprodukterne i porteføljen stormede frem i Fjernøsten.

Det er med til at sikre en samlet stigning i pris/mikset på 3 pct. på tværs af regionerne, hvilket dækker over hvor meget Carlsberg tjener pr. solgte enhed.

"Vores premium-mærker har klaret sig godt igen, især i Kina, hvor Carlsberg voksede med 11 pct., Tuborg med 12 pct. og 1664 Blanc med 50 pct. Så vi er meget glade for vores resultater for 1. kvartal i Asien," forklarer Cees 't Hart.

> *"Det ser lidt mere udfordrende ud fremover pga. den gode sommer i 2018"*
>
> Cees 't Hart, adm. direktør i Carlsberg.

På nøglemarkedet i Vesteuropa var udviklingen ligeledes solid, og omsætningen på 7,2 mia. kr. var helt på niveau med analytikernes forventninger. Til gengæld krøb Carlsbergs salgsvolumen på det østeuropæiske marked tilbage med 2,4 pct., hvilket især er drevet af en priskrig på det russiske marked. Mens Carlsberg har sat priserne op, har konkurrenterne undladt at følge med. En udvikling, der vækker undren hos **Michael Rasmussen**, analytiker i **ABG Sundal Collier**.

"Det er lang tid siden, jeg har set så lang en forsinkelse, som vi ser nu. Nu er der stadig ikke sket noget i forhold til de prisstigninger, vi så i 4. kvartal," forklarer han og peger på en ny konkurrencesituation på det pressede, russiske marked: "**Efes** og **AB Inbev** har slået sig sammen, så de er lige pludselig blevet en ret markant modkonkurrent, der er næsten lige så stor som Carlsberg. De har fået en lidt mere ligeværdig modspiller, der virker til art være blevet mere aggressiv på priserne."

FAKTA | Stærkt første kvartal i Carlsberg

- Carlsberg løftede i første kvartal omsætningen med 6,4 pct. til 13,8 mia. kr.
- Væksten er især drevet af en stærk udvikling på det asiatiske marked, hvor toplinjevæksten lød på 15,3 pct.
- Verdens fjerdestørste bryggeri afsluttede sidste år en stor spareplan, der har frigivet midler for over 3 mia. kr.
- Dermed er fokus nu rettet mod at løfte omsætningen og indtjeningen, der har stået stille de seneste mange år.

jory

Cees 't Hart er klar til at gå strategien i Rusland efter i sømmene for at vinde det tabte tilbage.

"Vi hævede priserne i slutningen af sidste år og igen i starten af 2019. Prisdifferencen mellem os og konkurrenterne er stigende, og derfor skal vi kigge vores kommercielle aktiviteter igennem. Af konkurrencemæssige hensyn vil jeg ikke komme i detaljer," lyder det fra Carlsbergs 60-årige topchef.

udfordringer i vente

Den gode start til trods, er 1. kvartal stadig et lille et af slagsen og står blot for ca. 20 pct. af årets omsætning i Carlsberg. Derfor er det for tidligt at kippe med flagene, forklarer Michael Rasmussen.

"Når man kigger ind i 2. og 3. kvartal, er det her, du har det rigtig gode vej fra sidste år, du skal vokse oven på. Så det siger ikke så meget mere, end at de fik en god start på året, men det er nu, det bliver rigtig svært," vurderer analytikeren.

Hos verdens fjerdestørste bryggeri lægger Cees 't Hart heller ikke skjul på, at rekordåret sidste år, der bød på to opjusteringer, var drevet frem af det den usædvanligt varme sommer.

"Det ser lidt mere udfordrende ud fremover pga. den gode sommer i 2018," konstaterer Cees 't Hart, der dog allerede nu ser positive tegn i 2. kvartal:

"Vi har fået en god start pga. Påsken, så det handler om at få ilden til at fortsætte med at brænde. Som sådan er det ikke en udfordring, for os handler det om at fortsætte det gode momentum."

Carlsberg-aktien er steget med 25 pct. siden årskiftet, men faldt torsdag med ca. 1,5 pct.

jory@borsen.dk