

Overblik

WTO sætter EU på plads

EU er for anden gang på to uger blevet banket på plads af Verdenshandelsorganisationen, WTO, der netop har fastslået, at de europæiske landes told på import af elektronik er i strid med reglerne. Ifølge WTO's regler er det forbudt at opkræve told af højteknologiske produkter, men EU har hidtil ikke anerkendt, at dekoderbokse, computerfladskærme og printere, der også kan skanne eller faxe, hører til i kategorien højteknologi. I 2007 importerede EU den type produkter til en værdi af godt 60 milliarder kroner, skriver Wall Street Journal. Sagen mod EU var indbragt af USA, Japan og Taiwan. WTO slog i sidste uge fast, at EU ulovligt har lagt afgifter på skruer og møtrikker fra Kina. (tp)

Korruptionen raser i Rusland

Man kan købe sig til ansættelse i politiet og betale for at få en domstol til at afsige en bestemt kendelse. I det hele taget er bestikkelse og returkommissioner så udbredt i Rusland, at den samlede korruption har en værdi svarende til halvdelen af landets BNP, vurderer Den Uafhængige Sæmmenslutning Af Menneskeretsadvokater i en ny rapport. I juli sagde præsident Dmitrij Medvedev, at Rusland er ved at tabe kampen mod korruption, som han betegnede som den største trussel mod den nationale sikkerhed (tp)

Fælles front mod finansiel uro

De nordiske og baltiske lande underskrev i går en aftale om at koordinere indsatsen for finansiel stabilitet på tværs af grænserne. Aftalen skal styrke samarbejdet mellem myndighederne i Danmark, Estland, Finland, Island, Letland, Litauen, Norge og Sverige om at forebygge og håndtere kriser på finansmarkederne. Nordiske banker, der ejer det meste af banksektoren i de baltiske lande, led store tab, da finansmarkederne i Estland, Letland og Litauen brød sammen sidste år. Det danske Økonomi- og Erhvervsministerium bliver første formand for den koordinationsgruppe, der nedsættes i forbindelse med aftalen. (tp)



Foto: Alessandra Tarantino/AP

Fan vil købe AS Roma

Et konsortium med den italienske investeringsfond Clessidra i spidsen overvejer at købe fodboldklubben AS Roma. Fondens stifter, Alessandro Grimaldi, der i øvrigt er Roma-tilhænger, siger til Financial Times, at han undersøger muligheden for at overtage Serie A-klubben sammen med andre investorer. AS Roma ejes af familien Sensi og menes at have en markeds værdi på ca. 1,1 milliard kroner. (tp)

Tog fra London til Frankfurt

Deutsche Bahn begynder om få uger at prøvekøre højhastighedstog, der via Eurotunnelen under Den Engelske Kanal skal sættes ind på en nye rute mellem London og Frankfurt. Planen er at indvie ruten kort efter OL i London i 2012, hvis det lykkes at få løst en række spørgsmål om sikkerhed og jura, skriver Sky News. I forvejen er der via tunnelen forbindelse mellem London, Bruxelles og Paris. Togene på den nye rute skal efter planen standse i Bruxelles og Köln på vej fra London til Frankfurt. (tp)

Glasset er mere end

Carlsberg er med et solidt overskud med i gruppen af europæiske selskaber, der i år overstiger analytikernes forventninger.

Den dårlige nyhed er, at verden tilsyneladende drikker mindre øl. Den gode er, at det kan man dårligt se på Carlsbergs seneste regnskab, der skummer over af sundhed.



LONE THEILS, KORRESPONDENT, LONDON

Verdens fjerdestørste bryggeri Carlsberg har skudt regnskabssæsonen i gang med en festlig stigning på 36 procent i overskuddet, svarende til

et overskud før skat på 4,5 milliarder kroner og en vækst i den primære drift på 12 procent.

Dermed har Carlsberg sluttet sig til den store gruppe af europæiske selskaber, der har leveret varen og mere til i forhold til analytikernes forventninger. Ifølge en optælling foretaget af Financial Times har to tredjedele af Europas store virksomheder klaret sig bedre end prognoserne. Overskudsforretningerne tæller foruden nu

Carlsberg også Hennes & Mauritz, tyske Siemens og en række britiske banker som Barclays.

Det er især Rusland og Kina, der har været med til at trække overskuddet hjem til koncernechef Jørgen Buhl Rasmussen og hans kolleger, mens Nordeuropas øldrikere har svigtet.

I Asien er det specielt det kinesiske marked, hvor Carlsberg har en andel i Chongqing Brewery, der har været med til at skaffe pæne tal på bundlinjen. Afsættningen på det kinesiske marked er steget med 17 procent i forhold til sidste år, efterhånden som kineserne vender sig fra bil-

Der er altid risiko ved vækst og nye satsninger

De seneste år har Carlsberg satset på det russiske marked. Nu vil den administrerende direktør, Jørgen Buhl Rasmussen, ekspandere i Kina og Asien. Han tror på succes, men han er også sikker på, at der bliver kamp til strengen.

INTERVIEW

STIG ANDERSEN

Regnskabs-aktuelle Jørgen Buhl Rasmussen har i tre år været Carlsbergs topchef.

Som noget af det første gennemførte han købet af det britiske bryggeri Scottish & Newcastle, og Carlsberg fik dermed for alvor fodfæste på det russiske marked. Alligevel udtalte Jørgen Buhl Rasmussen i den forbindelse, at »livet ikke kun er en dans på roser«. Nu går den danske bryggerigigant også ind på det kolossale kinesiske marked.

Det er gået stærkt for Carlsberg. Hvornår begynder der at dukke torne op?

»Jeg synes ikke, det kun har været en dans på roser. Vi har haft en finanskriser, der har betydet, at vi i Carlsberg også var nødt til at tage fat og se, hvor vi kunne blive mere effektive.

Ølsalget fik tilbagegang både i Nordvesteuropa og i Østeuropa på grund af krisen, og det havde en meget negativ effekt. Så i erkendelse af, at vi ikke ville få solgt samme volumen, måtte vi kigge alle vore processer igennem, også på tværs af markederne. Det har bl.a. betydet et fald i bemanningen overalt i Carlsberg-organisationen. Så krisen har haft en negativ effekt. I Østeuropa faldt salget med 10 procent, hvor vi havde været vant til en stigning på 8 procent, men jeg synes, vi har løst opgaven godt, for vi tog fat på den på et tidligt tidspunkt i krisen.

I Rusland kontrollerer Carlsberg landets største bryggeri, Baltika, og sidder i

dag på ca. 40 procent af ølmarkedet i Rusland.

Er det reelt udtryk for en tilbagegang?

»Det er helt klart en tilbagegang, ikke blot på grund af finanskrisen. Også på grund af den afgiftsforhøjelse på 200 procent, som blev indført i Rusland 1. januar i år. Vi oplevede allerede i 2009 et fald i salget og forventer også i 2010 et mindre salg. Men der bør være lys forude for os på det russiske marked, for kulturelt er Rusland jo - som Finland og Polen - karakteristisk ved, at alkoholforbruget mest har skyldtes stærk spiritus, og vi forudser en trend, hvor dette forbrug mere og mere konverteres til forbrug af mindre stærke produkter.

Væksten vil komme i Asien

Du har til en engelsk avis udtalt, at Carlsberg vil mindske afhængigheden af Rusland. Er jeres satsning trods alt blevet for risikabel?

»Jeg mener ikke, den er for risikabel. Men vi har altid sagt, at Asien også vil være et vækstcenter for Carlsberg, og at der relativt set vil komme mere vækst i det område. Det bliver i Asien, der vil komme opkøb, og hvor vi vil vokse mere end andre steder.

Men vi ser stadigvæk Rusland som et attraktivt område, selv om finanskrisen forandrede det noget.

Vi kom ud med et godt resultat i fjor trods krisetider, og Rusland er et stort ølmarked globalt set, så vi er glade og tilfredse. Men vi havde gerne været uden krisen.

Har Rusland været et mere problematisk marked, end du havde ventet?

»Også et nej. Jeg har haft et godt kendskab til Rusland, bl.a. fordi jeg tidligere har arbejdet i landet. Rusland er på mange måder anderledes end nogle af de veludviklede vestlige markeder, men der er ikke noget, der har overrasket. Og det var positivt, at Rusland kom hurtigere ud af krisen end mange andre lande.

Nu har Carlsberg kastet sig over Kina, bl.a. ved at købe sig ind i et kinesisk bryggeri. Er det udtryk for, at der skal opdyrkes nye mar-

keder for Carlsberg?

»Ikke skal. Jeg har sagt mange gange, at vi har nok at gøre, hvor vi er. Men Asien er et attraktivt marked, og langt den største vækst vil komme i det område.

Balancen i markederne

Rusland har været de seneste års satsning. Kina og Asien er nye satsområder. Er det ikke markeder, hvor risikoen er kolossal stor?

»Den er større end i de mere etablerede markeder i Vesteuropa. Derfor er vores strategi også, at vi skal have god balance mellem veletablerede områder og vækstområder som Østeuropa og Asien. I dag har vi 40 procent af vores omsætning i

etablerede markeder og 60 procent i vækstregioner, og det er en god balance. Samtidig er det interessant at være eksponeret til vækst, men jo, selvfølgelig er der en større risiko. Det har jo været et spørgsmål om, hvordan Carlsberg skulle komme videre, det var det, der var en af vore

udfordringer. Jeg synes, vi har været heldige og dygtige med ikke bare at sidde i Nordeuropa.

Og dermed bevæge sig mere og mere ud i risiko?

»Kald det risiko eller vækstområder. Der er altid risiko ved vækst. Men der er da vigtige områder for os i Asien, hvor jeg ikke mener, risikoen er specielt stor.

En anerkendt analytiker betegnede i fjor Carlsberg som en højrisiko-investering. Måske verdens mest risikable drikkevareaktie, netop på grund af både politisk og økonomisk usikkerhed på det, der er blevet Carlsbergs største marked, Rusland. Men er Kina ikke lige så risikofyldt?

»Der var i perioden, hvor krisen kradse mest, mange teorier ude specielt omkring Rusland. Teorier om, hvor galt det

halvfuldt for Carlsberg

lige discountøl og køber lidt dyrere mærker.

Vanskelige forbrugere

Situationen i Rusland, hvor Carlsberg er landets største bryggeri, har til gengæld været plaget af en voldsom afgiftsstigning på øl.

Det er en afgift, som Carlsberg ligesom konkurrenter som Budweiser har eksporteret videre til de russiske øldrikkere. Salget er derfor gået ned i Rusland, men faldet på ni procent var ikke så voldsomt som forventet.

Det, der især har været med til at gøre



Vi har gjort meget, men vi har ikke gjort nok endnu
Jørgen Buhl Rasmussen, koncernchef i Carlsberg

den russiske del af forretningen til en økonomisk succes i dette regnskab, har været det faktum, at den russiske rubel har været meget stærk som valuta.

Det er ikke sikkert, at succesen kan fortsætte i Rusland, hvor den voldsomme tørke tidligere på måneden fik regeringen til at forbyde eksport af korn. Det vil, efter alt at dømme, få priserne på råvarer til øl - som byg - til at skyde markant i vejret.

Carlsberg har allerede opkøbt råvarer og har ifølge Jørgen Buhl Rasmussen 'nok' til at klare sig igennem et år med en dårlig russisk høst.

I Nordeuropa har den økonomiske kri-

se ikke umiddelbart fået folk til at ty til Carlsberg for trøst. Samlet set er salget af øl gået ned med to procent. Varmt sommervejr og VM i fodbold har formået at mildne effekten af det faldende ølsalg i et marked, der med Jørgen Buhl Rasmussens ord har et »vanskeligt forbrugsmønster«.

Ingen steder er forbrugerne mere vanskelige end i Storbritannien, hvor øldrikket er flyttet fra de lokale pubber, der lukker i stribevis hver eneste uge, til supermarkederne. Her er marginalerne så hårfine, at det kun er de største aktører såsom Carlsberg, der kan beholde skindet

på næsen. Til gengæld har Carlsberg skåret ned og effektiviseret sig frem til et mere profitabelt regnskab, når man ser på prisen pr. hektoliter øl. Men der er stadig mere strømning på vej i koncernen, advarer Jørgen Buhl Rasmussen.

»Vi har gjort meget, men vi har ikke gjort nok endnu«, sagde han i går på en pressekonference i forbindelse med fremlæggelsen af Carlsbergs regnskaber.

I denne uge kommer også regnskaber ud for andre internationale selskaber med danske rødder som A.P. Møller, Vestas og det skandinaviske flyselskab SAS.

lone.theils@pol.dk



ville gå, og at Rusland næsten ville få svært ved at overleve. Det er blevet noget andet.

Du har udtalt, at der er plads til fire, måske fem store bryggerier i Kina, og at Carlsberg vil være det ene af dem. Men du har også sagt, at det ikke bliver nemt?

»Jeg tror, der i Kina ligesom i Rusland bliver plads til nogle få store spillere. Kina er et land med over en milliard mennesker, men også med store forskelle fra by til by og fra region og region. Vi har købt os ind i Centralkina, og det er helt sikker ikke noget nemt marked. Der bliver kamp til stregen.«

Så der er tale om højrisiko?

EKSPANSION.
Finanskrisen fik Carlsberg til at stramme op, og topchefen, Jørgen Buhl Rasmussen, er optimistisk i forhold til nye vækstområder i Kina og Asien.
 Foto: Torben Stroyer

»Det er i hvert fald en satsning, som kan give Carlsberg god vækst. Men er vi ikke de steder, hvor der er vækst, så vil det i for høj grad komme til at dreje sig om effektiviseringer på de eksisterende markeder.«

Det kan virke, som om al energien lægges i de nye markeder. Svigter Carlsberg ikke sine gamle markeder lidt?

»Overhovedet ikke. Det håber og tror jeg heller ikke, de føler. Der er sket masser af ting i Danmark på produksiden, og også på en række andre markeder har vi arbejdet med nye spændende produkter.«

De markeder, Carlsberg ekspanderer på, er markeder, hvor det kan være svært at langtidsplanlægge. Alligevel lyder du altid

BLÅ BOG JØRGEN BUHL RASMUSSEN

55 år. Adm. direktør i Carlsberg.

Uddannelse: Bachelor i økonomi og ledelse fra CBS. MBA-studier samme sted.

Karriere: Efter mellemliderstillinger i Unilever, Lagerman og Master Foods blev han i 1987 nordisk marketingdirektør i Duracell, den første af flere topstillinger. Fra 1997 nordeuropæisk chef i Gillette-koncernen. Vicedirektør i Carlsberg 2006. Topchef fra 1. oktober 2007.

som verdens mest optimistiske mand?

»Generelt er jeg typen, som både privat og forretningsmæssigt ser på mulighederne mere end problemerne. Ser glasset som halvt fyldt mere end som halvt tomt. Jeg prøver at se det positive, også i krisetider. Det får man mest ud af. Der er altid muligheder, selv i hårde tider.«

Har du også fået noget positivt ud af finanskrisen?

»Ja, for vi blev tvunget til at kigge på os selv og arbejde med, hvordan vi kunne stå det igennem. Det betød, at vi fik strammet op på nogle ting og er blevet mere effektive. Så vi står stærkere i dag.«

okon@pol.dk