



Heineken Nederland – Dem guten Ruf verpflichtet

Michael Dickstein

Bude Hasso-Nassovia zu Frankfurt

20. Mai 2010





- **Das Unternehmen**
- Reputation Management von Heineken Nederland
- Beispiel Alkoholpolitik





1864

- Die Heineken Familie erwirbt die Hooiberg Brauerei in Amsterdam

1889

- Heineken® gewinnt 2 Goldmedaillen beim Grand Prix Paris

1933

- Erste Schiffsladung Heineken® in die USA nach Ende der Prohibition

1968

- Übernahme der Amstel-Brauerei

1982

- Eröffnung Zoeterwoude: die größte Brauerei Europas

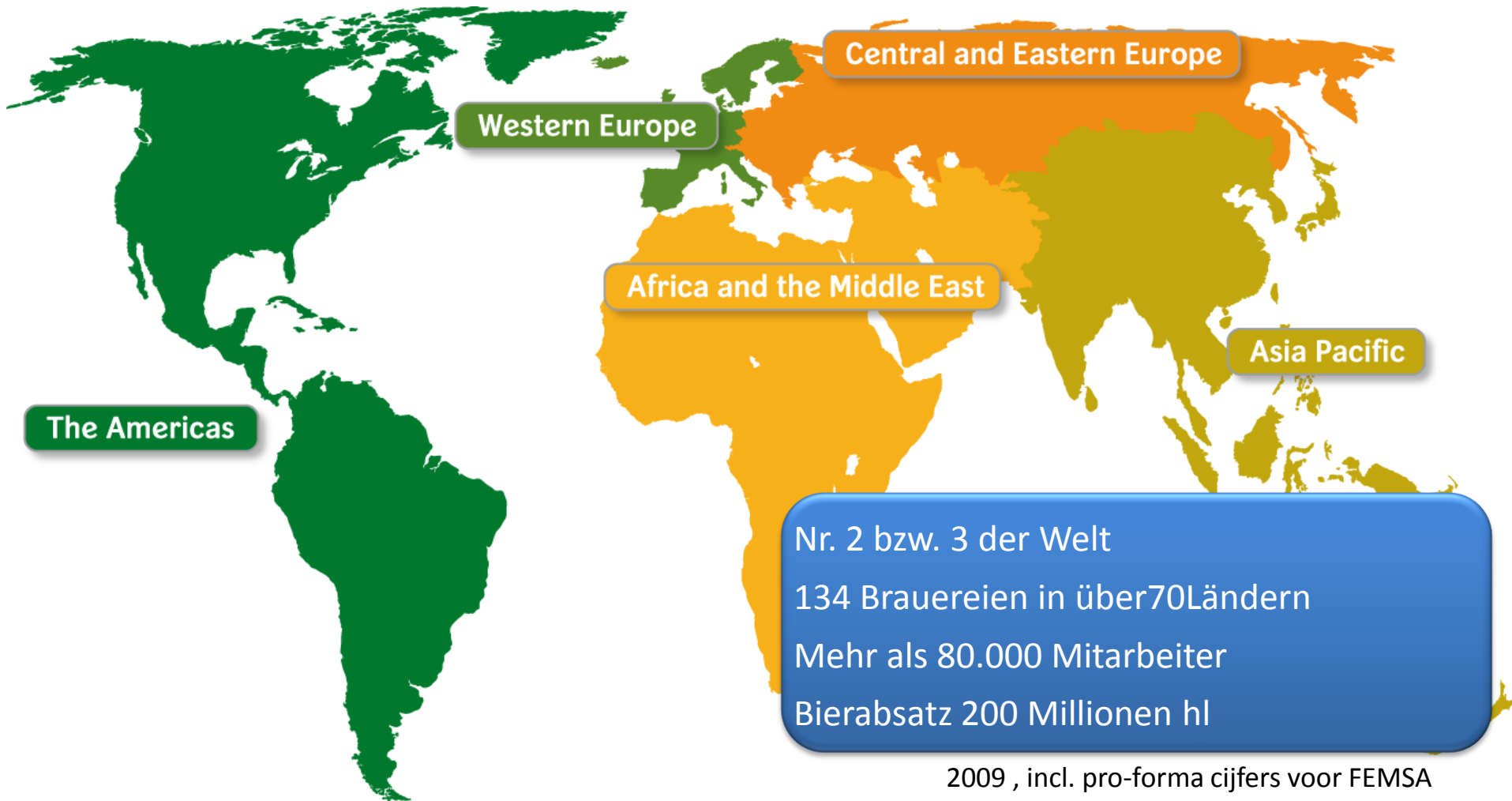
2003-
2010

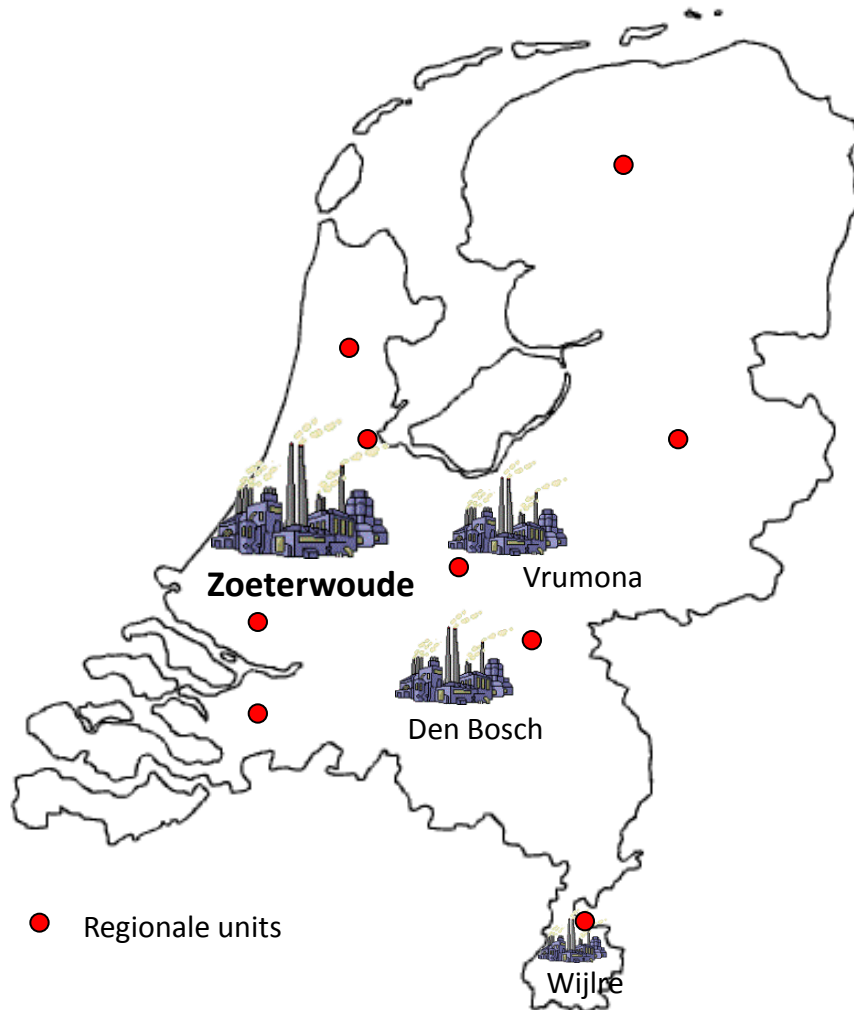
- Übernahme Brau Union, Scottish & Newcastle, FEMSA Cerveza etc.



Heineken International 2009/10

Heineken
Nederland





- 3 Brauereien, 9 Verkaufsregionen
- 1 Fruchtsaft/Limonadeherstellung
- Bierproduktion: 16,7 Mio. hl
- Bierabsatz NL: 5 Mio. hl (47%)
- Umsatz NL: €1 Mrd.
- Mitarbeiter: 3.100

Onze pilseners



Onze specialbieren

Bazar koffie
voor de
Horeca



Cider - innovaties



Sterk fris portfolio

Unternehmensorganisation – zentrale Rolle für Marketing

Heineken
Nederland

Kernfunktionen



Produktion & Logistik



Verkauf (Gastro, Retail)



Marketing

Unterstützende Abteilungen

Human Resources

IT

Corporate Relations

Rechtsabteilung

Kontroll- abteilungen

Controlling

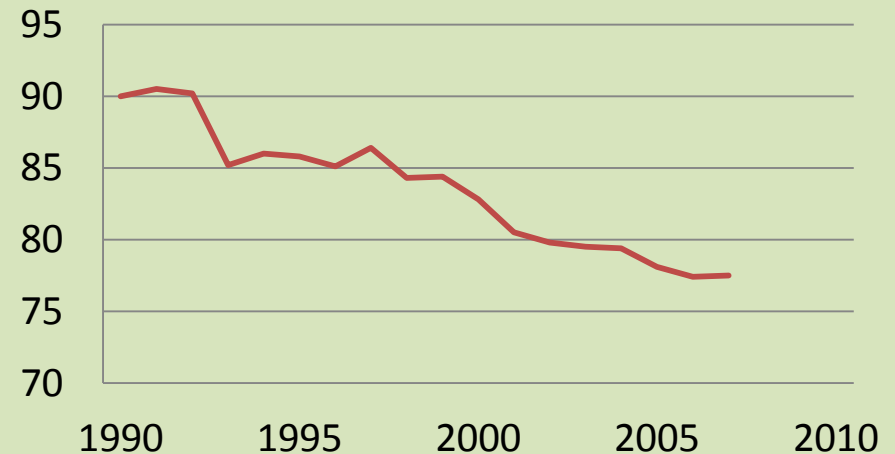
Revision



- Alterung
- 'Neue' Holländer die wegen ihrer religiösen Überzeugung eine andere Sicht auf Alkohol haben
- Erfolgreicher Kampf gegen Alkoholmissbrauch
- Wirtschaftskrise
- Verschiebung Gastro - Heimkonsum
- Speziell in der Gastronomie:
 - Rauchverbot
 - Wettbewerbsverzerrung durch Etikettenschwindel



Pro-Kopf-Konsum Bier



Heineken NL Strategie

Ambitie



HNL: uitdagende, trotse, onderscheidende leider

Strategie

Kerncompetenties



**Herausfordernder,
stolzer,
eigenständiger
Marktführer**

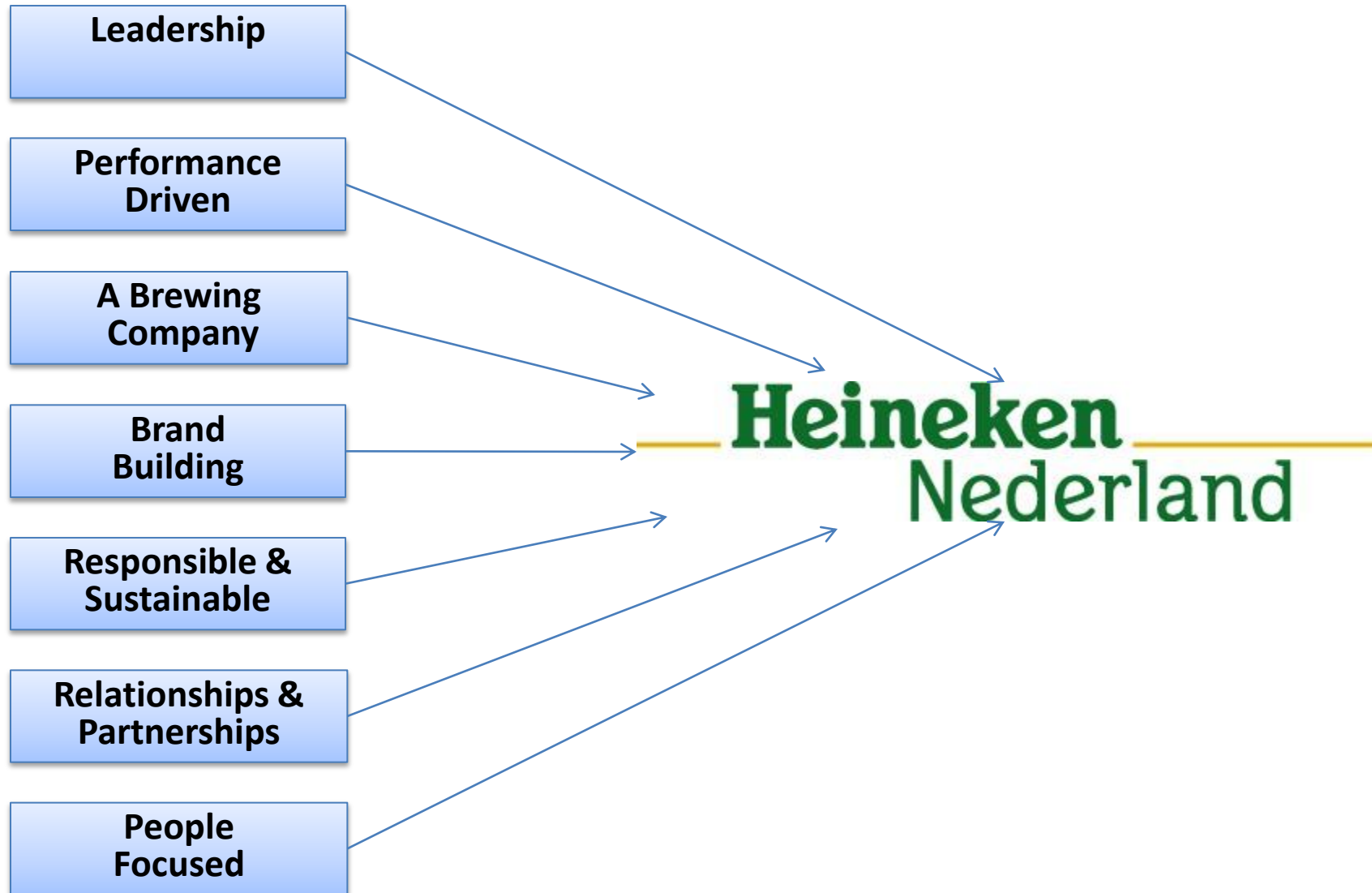


- Das Unternehmen
- **Reputation Management von Heineken Nederland**
- Beispiel Alkoholpolitik



Verschiedene Dimensionen bestimmen den Unternehmensruf

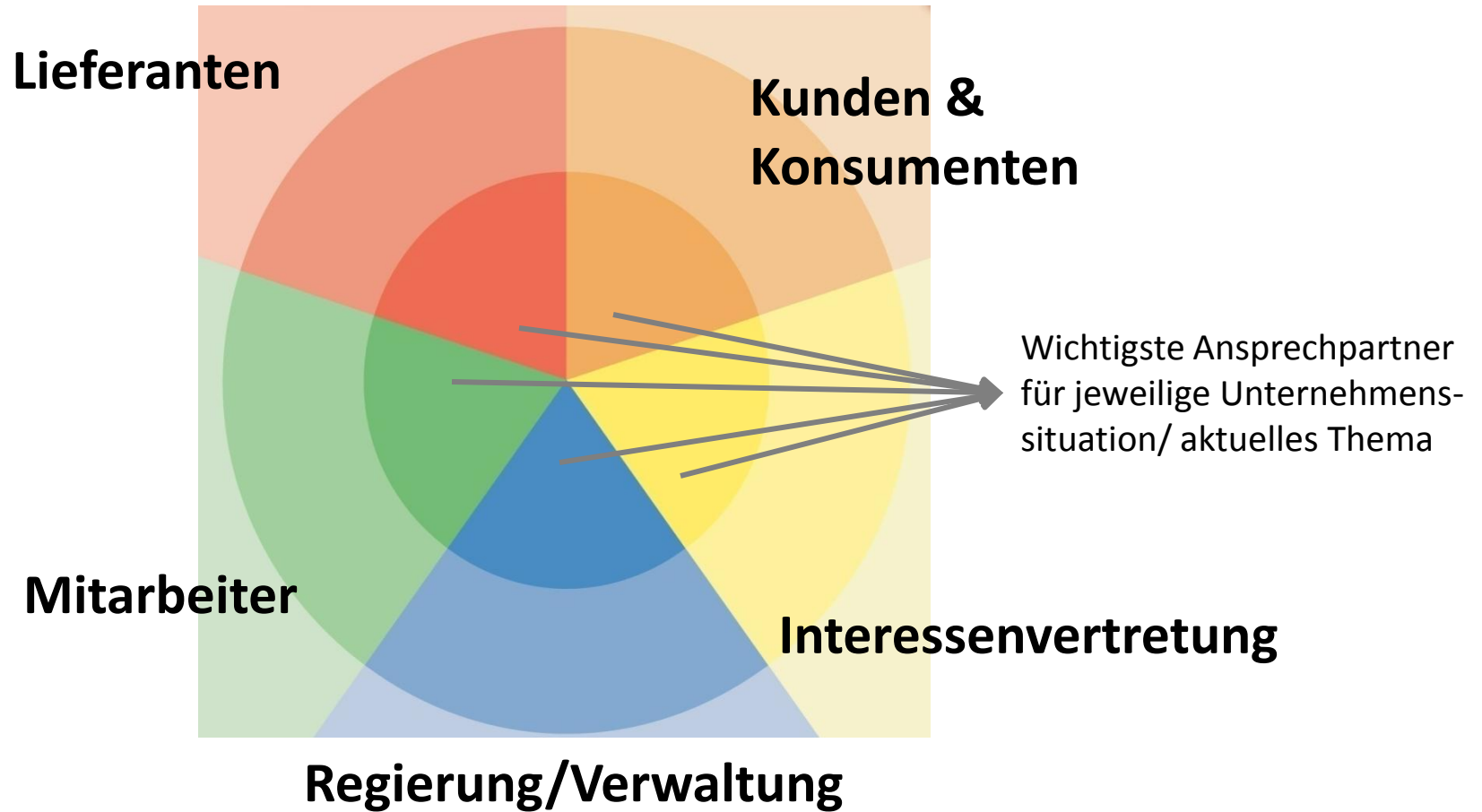
Heineken
Nederland



Fernsehwerbung 'The Walk-in Fridge'

Heineken
Nederland

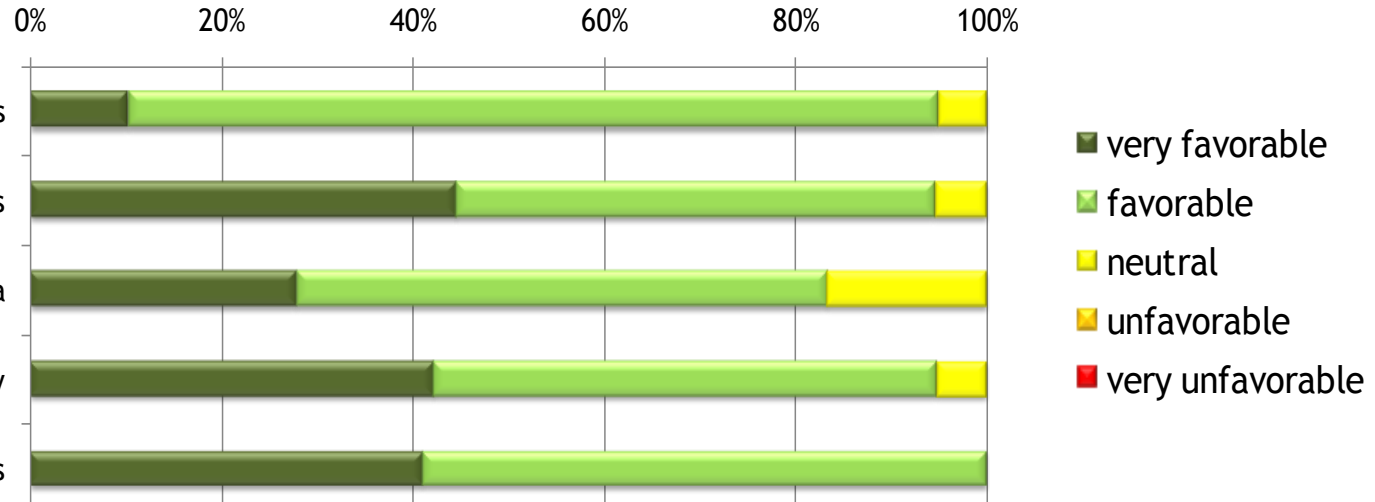




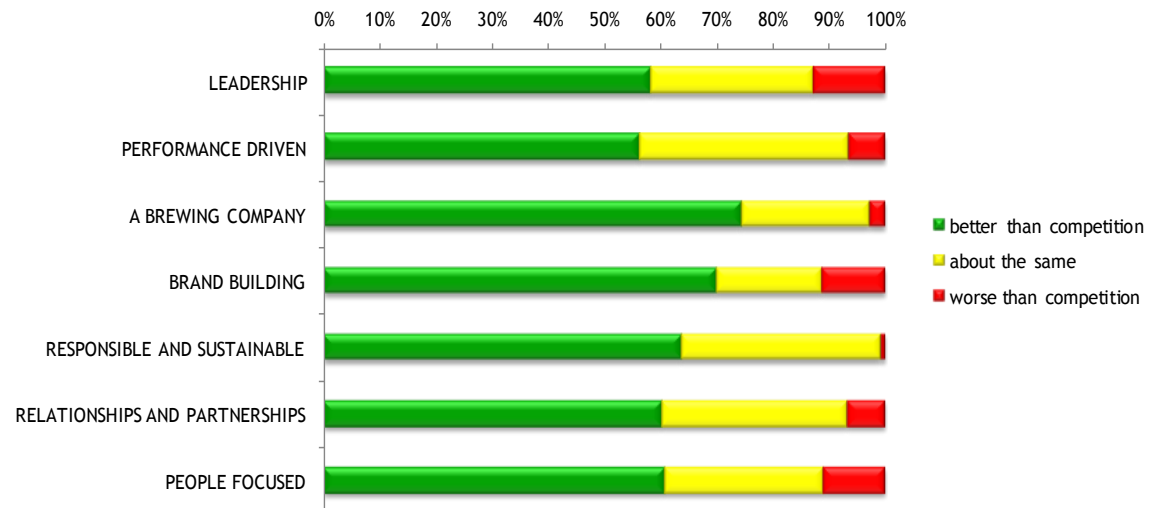
Resultaten Reputation Survey (Pilots)

Heineken
Nederland

Wie positiv ist der Eindruck von Heineken allgemein?



Wettbewerbsvergleich



Resultaten Reputation Survey (Pilots)

Heineken
Nederland

Resultate Einzelfragen

	Employees	Government	Media	NGO / Community	Trade Associations	Group	Nigeria	Russia	UK	USA	All respondents
1. Heineken has high quality leaders	3.69	4.71	4.28	4.50	4.43	3.54	4.52	4.39	4.00	3.91	4.20
2. Heineken has a clear vision and strategy	3.46	4.50	4.05	4.11	4.43	2.92	4.36	4.39	3.77	3.65	3.99
3. Heineken takes a long term view	3.50	4.50	4.19	4.11	4.43	3.25	4.08	4.59	4.14	3.74	4.03
4. Heineken demonstrates industry leadership	3.79	4.18	3.89	4.33	4.19	3.42	4.36	4.00	3.73	3.96	4.03
5. Heineken is progressive	3.84	4.35	3.95	4.41	4.20	3.08	4.40	4.48	3.64	3.95	4.09
6. Heineken acts with integrity	4.28	4.63	4.00	4.42	4.48	4.36	4.32	4.39	3.88	4.68	4.35

Many projects are executed at the same time, not always aligned in terms of objectives. This creates confusion; what is our priority?

-Employee, Group

Heineken needs to be much more public and represent itself more in the media

-Media, Russia

For now, they are the industry leaders. Keep it up.

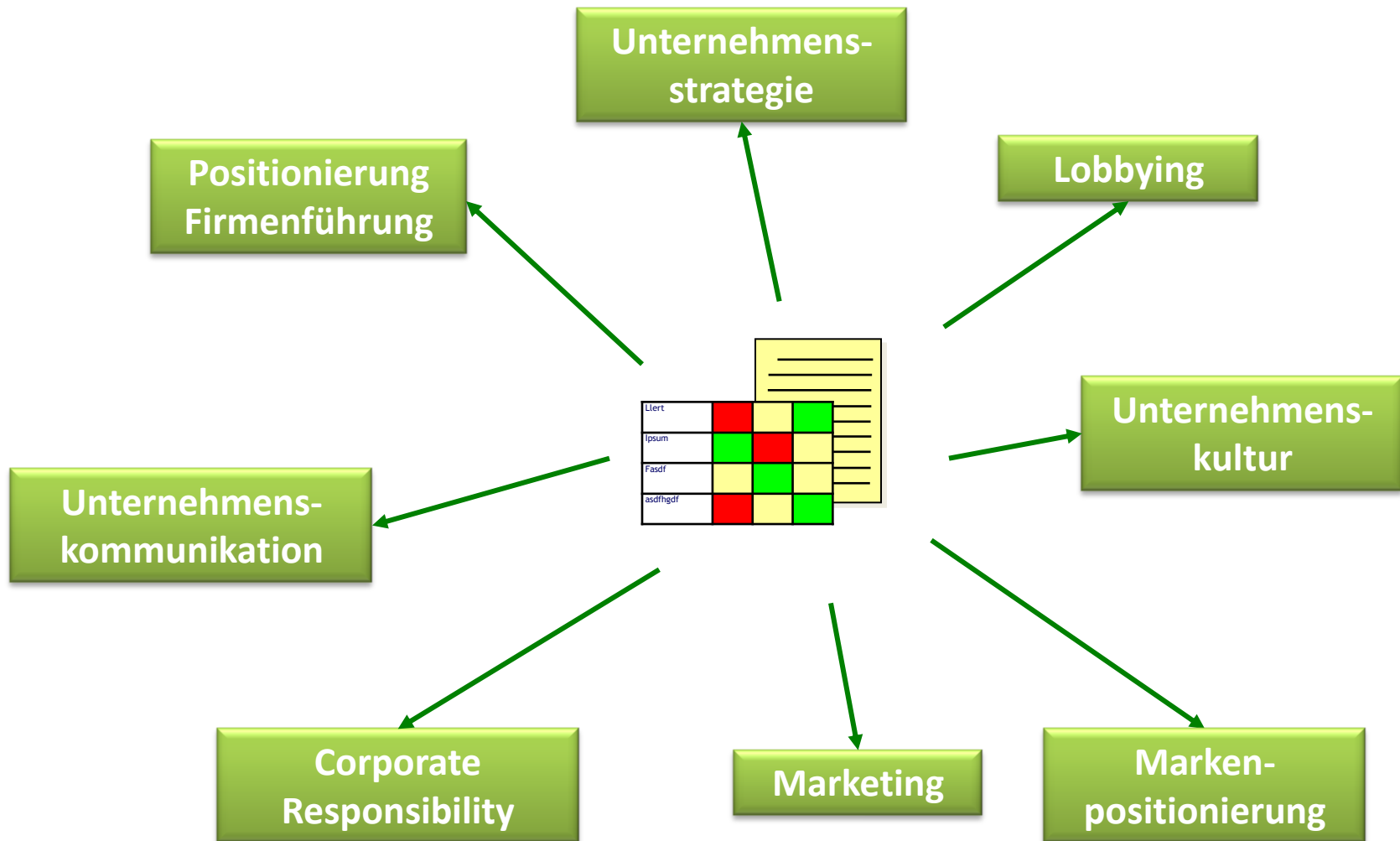
-Trade Association, Nigeria

I only meet a small group of them. The people that I meet are dynamic and engaging enough. Very helpful. They come across in a very positive way about the business and the industry.

-Governmental, UK

Was tun mit den Resultaten?!

Heineken
Nederland





- Heineken (weltweit)
- Reputation Management von Heineken Nederland
- **Beispiel Alkoholpolitik**



Bei mäßigem Genuss ist Bier zu Recht ein fester Bestandteil unserer Kultur und macht unser Leben fröhlicher.

Bier ist darum ein wichtiges Element des Lebensstils vieler Menschen.

Über 90% der Niederländer drinkt Bier verantwortungsvoll!



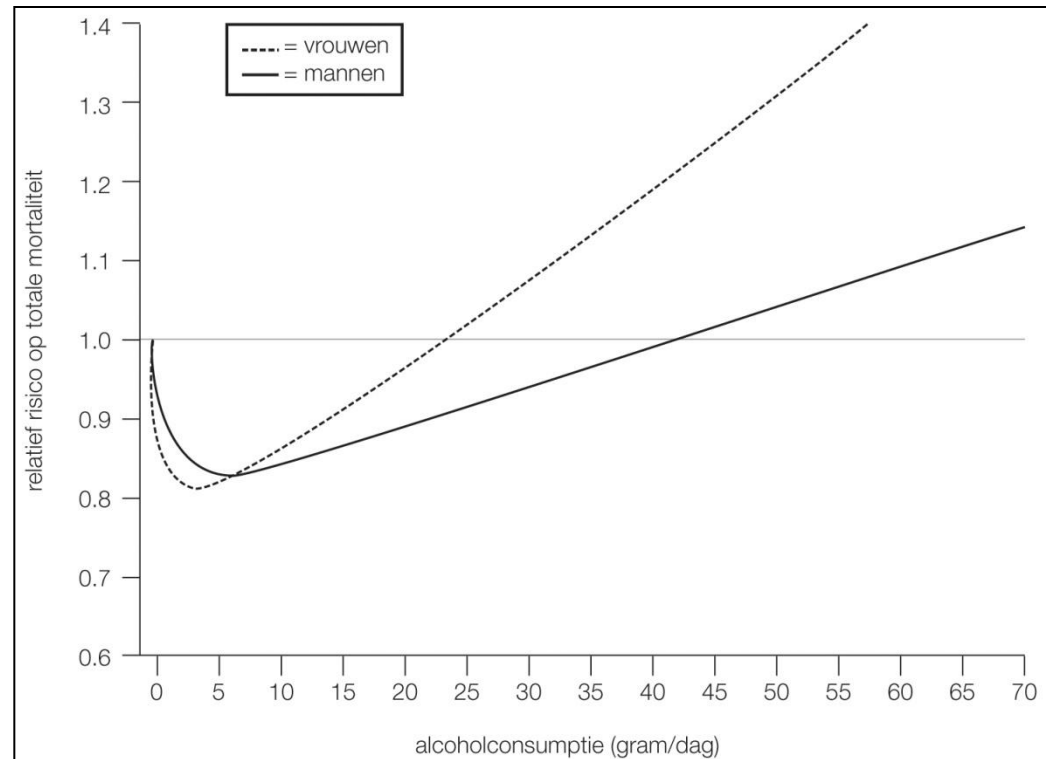
- Unsere Natur gibt uns die vier Basiszutaten für Bier: Gerste, Hopfen, Hefe und Wasser
- Dennoch werden weltweit über 40.000 Sorten Bier gebraut.
- Unser Bier wird sorgfältig gebraut mit wertvollen Zutaten und unter ständiger Qualitätskontrolle



Alcoholkonsumtion in Maßen verringert das Sterberisiko im Durchschnitt um bis zu 18%*

Heineken
Nederland

- + Herz- und Gefäßerkrankungen
- + Diabetes Typ 2
- (Brust)Krebs



* Stichting Alcohol Research , Gezondheidseffecten van matige alcoholconsumptie, januari 2010

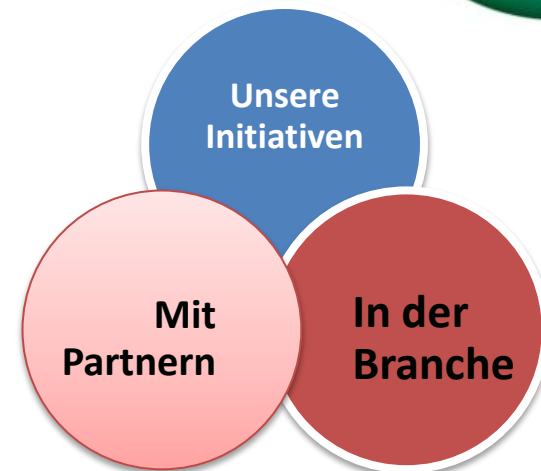
Konsumenten

- Alkoholkonsum in Maßen paßt zu einem gesunden Lebensstil
- Informierte
Konsumenten tragen die Verantwortung für ihr Handeln

Heineken...

- ... setzt sich aktiv ein um das Wissen um verantwortungsbewussten Alkoholkonsum zu fördern
- ... will zur Vermeidung von Alkoholmissbrauch beitragen durch Reden und Tun

- Der holländische Konsument geht verantwortungsvoll (“normal”) mit Bier um.
- Kein Bier für :
 - Jugendliche unter 16, Schwangere, vor & während dem Sport oder der Arbeit, Verkehrsteilnehmer
- Messbarer Beitrag zum verantwortungsvollen Alkoholkonsum
 - Jährliche, sichtbare Verbesserung
 - Führende Rolle von Heineken Nederland
- Unser Beitrag ist bekannt bei Konsumenten, Kunden, Politikern und (zukünftige) Mitarbeiter



Unsere Initiativen

Heinen
Nederland

UCL Banden

Enjoy Responsibly

Eigene Webseite

EnjoyHeinenResponsibly

Алкохол - факти Как да консумирам Рискови навици Правила Сем. и алкохол ЧЗВ



"Когато децата ни порастнат, бихме искали да им даваме добър пример."

Семейството и алкохол

Алкохолът може да има водещо място в същото време родители, които у да в ползват положителна промяна к поддръжниците си деца.



BESEF GOED WAT

Plakate

enjoy Heinen responsibly
ga naar heinen.nl

enjoy Heinen responsibly
ga naar heinen.nl

BESEF GOED WAT WTCOHOF WEL TE DOET

Weer even serieus.

Heinen

Aan: alle ouders en verzorgers van Nederland

Dooterwede, 19 juni 2008

Betreft: verantwoord alcoholgebruik, ook in de zomer

Beste ouders en verzorgers,

Elke zomer vakantie duiken je weer op in de wereld van tenten en zomerse activiteiten op zandstrand en in Nederland. Heinen is daar alvast niet terug te vinden.

Zorgers die betrokken zijn om jaar Makkink, dat is niet om te zien. Vaak is het eten/eten is er vaak af te rekenen voor ons bedrijf. Wij geven heden weer vaak ook alcohol gebruiken. En ook dat is niet, als je er maar voorzichtig mee omgaat. Gelukkig zijn 85% van de jongeren van 16 jaar of ouder dat Nederland. Maar het kan anders zijn ook soms die "vrijwilligers" en "bezoekers" van groepen van grote feestbeesten alcohol te koken 19, 20 en 21 jaar, niet verantwoord en ongepast.

Jongeren-vertellingen alcohol alcohol dat volwassenen. Dit kan streken op jonge leeftijd leiden tot verslaving van de hersenen/afwijking. De basis op alcoholgebruik is een belangrijke groep. Jongeren zijn niet verantwoord voor het overmatige effect van alcohol, in het bijzonder voor de en vooral meer risico's met als gevolg ongezondheid, verslechtering van de gezondheid.

Maakt kennis de bereik, de heren/verhalen, de alcoholgebruikers en de overheid gezamenlijk maatregelen om alcoholgebruik te beperken. Maar dat is niet genoeg. De hulp is ook nodig, beide ouders en verzorgers.

Verstelt niet persoonlijk of verspreid. Het is dat u weet vooral op het drinken van een kinderen naar alcoholen. Op websites van gezondheidsorganisaties zijn er veel tips en adviezen over hoe u het voor kinderen over alcohol kunt praten.

Ik hoop dat ik nog reken op uw medewerking en dat anderen die de zomer kan terugkijken op deze weer, veel plezier, plezierigheid en verantwoord alcoholgebruik. Daarnaast weet ik u een leuke zomer vakantie met!

Philip de Polder
Algemeen directeur Heinen Nederland

"Neue Media"



Zeitungsinserate

Selbstregulierung



Rules on Responsible Commercial Communications



Fernsehspots



- Back-up



Revised reputation attributes

Leadership

- ... has high quality leaders
- ... Has a clear vision and strategy
- ... has a long term view
- ... demonstrates industry leadership
- ... is progressive
- ... acts with integrity

Performance Driven

- ... sets relevant and sustainable targets* - *profitability, cost base reduction, volume and equity growth*
- ... delivers on its promises
- ... acts quickly
- ... creates value for all stakeholders
- ... consistently outperforms competitors
- ... is transparent

A brewing company

- ... Is the leading international brewer
- ... has a strong brewing heritage
- ... is the true beer expert amongst its competitors
- ... Passionate about beer
- ... brews beers of outstanding quality
- ... explores profitable opportunities in adjacent sectors

Brand Building

- ... building leading brands that are relevant to today's consumer above legal drinking age
- ... leads the industry in brand innovation
- ... combines passion with enjoyment in brand building
- ... has a leading portfolio of premium brands
- ... delivers marketing excellence
- ... consistently invests in its brands

* Notes in italics indicates a requirement to research all specific elements of the attribute

Revised reputation attributes

Responsible & Sustainable

- ... plays a leadership role in society
- ... makes a positive social and economic impact in the communities and countries in which it operates
- ... demonstrates respect for all members of society
- ... is committed to environmental leadership
- ... encourages its customers and suppliers to be sustainable
- ... proactively encourages responsible consumption of its brands
- ... is the leading industry partner in helping to reduce alcohol related harm

Relationships & Partnerships

- ... seeks mutually beneficial partnership to create opportunity and value
- ... demonstrates respect for its partners
- ... has a long term approach to relationships
- ... is a trustworthy and credible company
- ... takes stakeholder input seriously in its decision-making

People-Focused

- ... is committed to diversity and equality
- ... people live the Heineken values *respect, enjoyment and passion for quality*
- ... is committed to investing in and developing its people
- ... is an attractive place to work
- ... Recruits and retains the very best people
- ... Develops and rewards leadership behaviours