vinetur

AB InBev ने जर्मनी में अपनी बीयर मुहिम Budweiser की ओर मोड़ी, Bremen में Beck's कर्मचारियों की चिंता बढ़ी

यूनियन अधिकारियों का कहना है कि AB InBev द्वारा Bud की वापसी को समर्थन देने के बाद Beck's को विज्ञापन समर्थन और अहम बीयर अनुबंधों में नुकसान हो रहा है।

सोमवार, 21 सितंबर 2026



Bremen में Beck's के भविष्य को लेकर चिंता बढ़ रही है, क्योंकि दुनिया की सबसे बड़ी ब्रेवरी AB InBev ने जर्मनी में Budweiser के लिए अपनी मुहिम अचानक तेज कर दी है, जबकि स्थानीय कर्मचारी और यूनियन अधिकारी कहते हैं कि Bremen के इस बीयर ब्रांड के लिए समर्थन फीका पड़ गया है।

यह मुद्दा उस घटना के 25 साल बाद ध्यान खींच रहा है, जब तत्कालीन Interbrew समूह, जो अब Anheuser-Busch

InBev है, ने Bremen की Beck ब्रेवरी को कई अरब यूरो की राशि में खरीदा था। कभी Beck's को दुनिया भर में एक प्रमुख जर्मन बीयर के रूप में पेश किया जाता था। आज, उद्योग पर्यवेक्षक और श्रमिक प्रतिनिधि कहते हैं कि कंपनी की प्राथमिकताएं बदल गई हैं, और मार्केटिंग धन तथा व्यावसायिक प्रोत्साहन अब अधिकतर Bud की ओर जा रहे हैं, यह अमेरिकी लेगर जो लंबे अंतराल के बाद 2025 के अंत में जर्मन बाजार में लौटी।

Food, Beverages and Catering Union, जिसे NGG कहा जाता है, की Iris Münkel ने Bremen प्रसारक buten un binnen से कहा कि यूनियन Beck's और Haake-Beck, समूह के पोर्टफोलियो में एक और Bremen बीयर, के लिए विज्ञापन समर्थन में स्पष्ट कमी पर नज़र रखे हुए है। उन्होंने कहा कि ये ब्रांड अब Bremen में भी मुश्किल से दिखाई देते हैं, जबकि उनकी जड़ें गहरी हैं। रिपोर्ट के अनुसार, Haake-Beck की इस साल की 200वीं वर्षगांठ सीमित बोतल लेबल और एक कर्मचारी कार्यक्रम के अलावा सार्वजनिक तौर पर लगभग बिना किसी खास समारोह के गुजर गई।

चिंताएं सिर्फ मार्केटिंग तक सीमित नहीं हैं। रिपोर्ट में उद्धृत कर्मचारियों ने कहा कि ब्रेवरी के उपकरणों के कुछ हिस्से पुराने हो रहे हैं और स्वयं कार्यबल भी औसतन उम्रदराज़ हो रहा है। Münkel ने कहा कि यहां अधिक अस्थायी अनुबंध देखे गए हैं, जिन्हें अक्सर नवीनीकृत नहीं किया जाता, जिससे नए कर्मचारियों को बार-बार प्रशिक्षित करना पड़ता है और मौजूदा कर्मचारियों पर दबाव बढ़ता है। ब्रेवरी में करीब 1,200 लोग काम करते हैं, और Beck's के साथ-साथ व्यापक जर्मन बाजार में बीयर बिक्री कमजोर पड़ने से स्थल पर अनिश्चितता फैल गई है।

रिपोर्ट के अनुसार, कुछ कर्मचारियों को डर है कि अगर रिटर्न बहुत नीचे गिरता रहा तो AB InBev अंततः स्थानीय ब्रांडों या यहां तक कि Bremen स्थल को बेचने पर विचार कर सकता है। Münkel ने कहा कि कर्मचारी पूछ रहे हैं कि यदि मार्केटिंग और स्थल, दोनों में निवेश घटता रहा, तो कंपनी की दीर्घकालिक योजना क्या है।

AB InBev ने उन सवालों का सीधा जवाब नहीं दिया। buten un binnen को दिए एक सामान्य बयान में, AB InBev Germany के एक प्रवक्ता ने कहा कि कंपनी उपभोक्ताओं को "सर्वश्रेष्ठ बीयर पोर्टफोलियो" देती है, जिसमें पारंपरिक जर्मन बीयरों से लेकर प्रमुख अंतरराष्ट्रीय ब्रांड तक शामिल हैं, और विकास तथा नवाचार में निवेश के जरिये जर्मन बाजार के प्रति अपनी प्रतिबद्धता दोहराई। कंपनी ने यह भी कहा कि उसे Beck's, Haake-Beck, Spaten, Franziskaner, Löwenbräu, Hasseröder और Diebels सहित जर्मन ब्रांडों पर गर्व है, और अगले साल इन ब्रांडों के लिए और नवाचार की योजना है। उसने Beck's, Bremen या Bud से जुड़ी बिक्री रणनीतियों के बारे में विशेष सवालों का जवाब नहीं दिया।

तनाव का तात्कालिक कारण जर्मनी में Bud का आक्रामक पुनः लॉन्च है। AB InBev ने ब्रांड को व्यापक रिटेल डिस्प्ले, प्रचार कार्यक्रमों और फुटबॉल कोच Jürgen Klopp को ब्रांड एंबेसडर बनाकर चलाए गए एक उच्च-प्रोफ़ाइल अभियान के साथ समर्थन दिया है। ट्रेड पत्रिका inside Getränke के प्रकाशक Niklas Other ने buten un binnen को बताया कि AB InBev कुछ समय से उस दिशा में बढ़ रहा है जिसे उद्योग प्रीमियमाइज़ेशन कहता है, यानी कम लेकिन अधिक कीमत वाले अंतरराष्ट्रीय ब्रांडों के एक छोटे समूह पर ध्यान केंद्रित करना। उन्होंने कहा कि जर्मनी में इस समूह में Budweiser, Stella Artois, Corona Extra और Michelob Ultra शामिल हैं।

यह रणनीतिक बदलाव अब उन जगहों पर महसूस किया जा रहा है, जहां कभी Beck's के पास प्रमुख परोसने के अधिकार थे। रिपोर्ट के अनुसार, Deichbrand संगीत महोत्सव और Berlin के Olympic Stadium में मुख्य बीयर ब्रांड के रूप में Beck's की जगह Bud ने ले ली है। Wolfsburg के Volkswagen Arena में अमेरिकी ब्रांड के पक्ष में Beck's को स्टेडियम से हटा दिया गया है। Bremen में, Aladin Music Hall नाइटक्लब ने Haake-Beck से Bud पर अपनी ड्राफ्ट पेशकश बदल दी है। Bremen के कई बार और रेस्तरां संचालकों ने भी buten un binnen को बताया कि AB InBev के बिक्री प्रतिनिधियों ने उन्हें स्थानीय Bremen बीयरों की तुलना में Bud के लिए बेहतर शर्तें दीं।

बीयर कारोबार के लिए यह विवाद सिर्फ एक शहर या एक लेबल से कहीं आगे का मामला है। जब कोई वैश्विक ब्रेवर अपना पोर्टफोलियो किसी एक अंतरराष्ट्रीय ब्रांड की ओर मोड़ता है, तो वह अपनी ही स्थानीय ब्रांडों से बिक्री मात्रा खींच सकता है, वितरक प्रोत्साहनों को बदल सकता है और यह तय करने का तरीका बदल सकता है कि खुदरा विक्रेता, बार और

आयोजन संचालक क्या स्टॉक करेंगे। इसका असर मूल्य निर्धारण, उत्पादन योजनाओं और नौकरियों पर पड़ सकता है, खासकर जर्मनी जैसे बाजार में जहां बीयर खपत पर दबाव है और शेल्फ स्पेस के लिए कड़ी प्रतिस्पर्धा है।

Münkel ने कहा कि यूनियन नए उत्पादों के लॉन्च का विरोध नहीं करती, लेकिन उसका तर्क है कि वृद्धि प्रतिस्पर्धियों से हिस्सेदारी जीतकर आनी चाहिए, न कि किसी सहोदर ब्रांड से उसे लेकर। Bremen में मूल शिकायत यह है कि Bud सिर्फ AB InBev की बिक्री नहीं बढ़ा रहा, बल्कि संभवत: Beck's और Haake-Beck की बिक्री को अपनी ही ओर खींच रहा है।

कंपनी पुन: लॉन्च के लिए महत्वाकांक्षी लक्ष्य तय करती दिख रही है। buten un binnen द्वारा उद्धृत उद्योग सूत्रों के अनुसार, AB InBev ने आंतरिक रूप से जर्मनी में Bud के लिए एक साल के भीतर 400,000 हेक्टोलिटर, यानी 40 मिलियन लीटर, का लक्ष्य तय किया है। Other ने कहा कि अगर Bud इस स्तर तक पहुंचता है, तो यह असाधारण परिणाम और बाजार के सबसे मजबूत डेब्यू में से एक होगा। लेकिन उन्होंने यह भी कहा कि उद्योग में कई लोगों को संदेह है कि मौजूदा जर्मन बीयर बाजार में यह ब्रांड इतना ऊंचा लक्ष्य हासिल कर पाएगा।

यह व्यापक बाजार पृष्ठभूमि महत्वपूर्ण है। जर्मनी में बीयर खपत घट रही है, और Bremen के सार्वजनिक प्रसारकों की संबंधित रिपोर्टिंग के अनुसार 2025 में बीयर बिक्री ने रिकॉर्ड पर सबसे तेज गिरावट दर्ज की। इस रुझान के बीच, लौट रहे अंतरराष्ट्रीय लेगर को इतनी भारी मात्रा में समर्थन देने के AB InBev के फैसले ने इस पर सवाल और तीखे कर दिए हैं कि वह भविष्य की वृद्धि कहां देखता है और किन ब्रांडों की रक्षा करने को तैयार है।

साथ ही, Bremen में कुछ कर्मचारी Bud की सफलता को लेकर संभावित लाभ भी देखते हैं। buten un binnen द्वारा उद्धृत कर्मचारियों के अनुसार, अगर ब्रांड जर्मनी में पर्याप्त पकड़ बना लेता है तो AB InBev अंतत: Bud को Bremen में भी बना सकता है। कर्मचारियों का मानना है कि ऐसा होने पर स्थल को आवश्यक निवेश मिल सकता है और नौकरियां सुरक्षित हो सकती हैं। Other ने कहा कि Bremen अभी भी AB InBev के लिए अहम भूमिका निभाता है, क्योंकि यूरोप में ब्रूइंग स्थल सीमित हैं, और उन्होंने कहा कि उन्हें उम्मीद नहीं है कि कंपनी ब्रेवरी बंद करेगी या स्थान बेचेगी।

जर्मनी में एक ऐसा ही मॉडल पहले से मौजूद है। Wernigerode में, AB InBev के स्वामित्व वाली Hasseröder ब्रेवरी पिछले दो वर्षों से अपनी स्थानीय बीयरों के साथ-साथ Corona Extra का उत्पादन कर रही है। रिपोर्ट में उद्धृत एक बयान में, कंपनी ने कहा कि वहां Corona की ब्रूइंग एक अंतरराष्ट्रीय ब्रांड की विरासत को स्थानीय ब्रूइंग विशेषज्ञता के साथ जोड़ती है और क्षेत्रीय किसानों, आपूर्तिकर्ताओं तथा कुशल नौकरियों को समर्थन देती है। उद्योग पर्यवेक्षकों के अनुसार, इस व्यवस्था से स्थल पर मात्रा और निवेश को मदद मिली है, क्योंकि Corona Hasseröder की तुलना में एक मजबूत प्रीमियम प्रस्ताव है, जिसका मुख्य ब्रांड वर्षों से कमजोर पड़ रहा है।

Other ने कहा कि Hasseröder कभी एक मजबूत और अपेक्षाकृत ऊंची कीमत वाली पूर्वी जर्मन बीयर थी, लेकिन AB InBev ने ब्रांड में सीमित दीर्घकालिक संभावनाएं देखीं और मार्केटिंग को न्यूनतम कर दिया। उन्होंने कहा कि इसके बाद ब्रेवर ने डिस्काउंट कीमतों के जरिये ब्रांड को खुदरा विक्रेताओं के लिए लगातार अधिक आकर्षक बना दिया, जिससे उसकी बाजार स्थिति में तेज गिरावट आई। AB InBev ने एक समय Diebels के साथ Wernigerode स्थल बेचने की योजना बनाई थी, लेकिन पहले से घोषित सौदा विफल होने के बाद 2019 में इस योजना को छोड़ दिया। Other ने कहा कि Hasseröder अब 85% से अधिक समय प्रमोशन पर बेची जाती है और विशेष ऑफ़रों पर काफी निर्भर हो गई है।

Bremen में उद्योग पर नजर रखने वाले लोग कहते हैं कि Beck's भी इसी तरह की दिशा में बढ़ने के संकेत दिखा रहा है। रिपोर्ट के अनुसार, ब्रांड की पहचान अब भी मजबूत है, लेकिन खुदरा विक्रेता इसे पहले की तुलना में अधिक बार प्रमोशन पर बेच रहे हैं। Other ने कहा कि बार-बार की छूट एक पारंपरिक प्रीमियम बीयर को नुकसान पहुंचा सकती है, क्योंकि इससे वह छवि कमजोर होती है जिसने कभी ब्रांड को विशिष्ट बनाया था। उन्होंने कहा कि Beck's अभी भी जर्मनी के सबसे पहचाने जाने वाले बीयर नामों में से एक है, लेकिन उसने अपनी कुछ वह प्रतिष्ठा खो दी है जो कभी उसके पास थी और अब वह पहले की तरह बाजार के रुझान का प्रतिरोध नहीं कर रहा। उन्होंने जोड़ा कि बीयर ब्रांड धीरे-धीरे बदलते हैं, और एक बार गिरावट शुरू हो जाए तो उसे पलटना वर्षों ले सकता है।