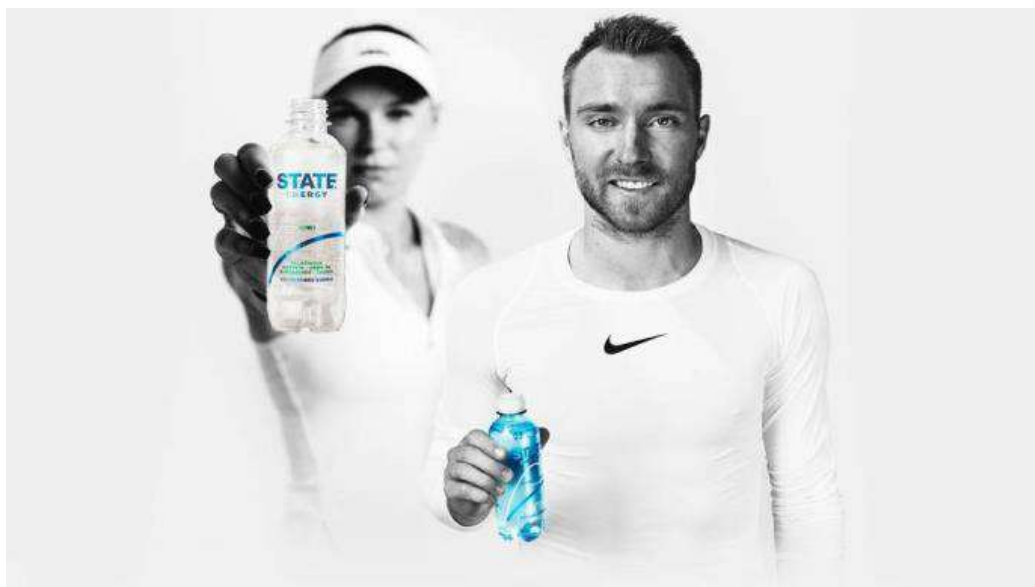


## Bilag 2

# Efter millionunderskud: Nu tjener State Drinks penge for første gang

State Drinks' omsætning voksede med 84 pct. i 2020, og bundlinjen blev for første gang positiv. Investering i fortsat vækst er førsteprioriteten.



*Caroline Wozniacki og Christian Eriksen er de store trækplastre for State Drinks, som de to stjerner også er medejer af.*

En årrække med uafbrudte milliontab er nu slut for energidrikfirmaet State Drinks, der har en række kendte navne som trækplastre og medejere, heriblandt Caroline Wozniacki og Christian Eriksen.

For første gang nogensinde er det således lykkedes State Drinks at få et overskud og tilmed et år før ventet.

Selvom det kun lige blev til et overskud på 66.000 kr. i 2020, har Jon Andersen, medstifter af og direktør i State Drinks, svært ved at skjule begejstringen over milepælen, som kommer efter flere års massive investeringer.

"Vi er enormt stolte af at kunne fortælle, at vi har ramt virksomhedens første break-even. Dette på trods af Covid-19 og en forventning om, at break-even først skulle finde sted i 2021, da fokus primært har været på topinjen og at investere i fremtiden - og det er det stadig," skriver han i en kommentar til det nye regnskab.

Som Jon Andersen henviser til er fokus på omsætningen, og den blev i 2020 øget med 84 pct. Specielt takket være, at State Drinks' produkter nu er tilgængelige i over 3.500 butikker på tværs af de nordiske lande.

"Vi har i alle årene siden opstarten investeret utroligt mange millioner kroner hvert år ind i udviklingen af virksomheden, produkterne, organisationen og brandet - hvilket nu giver udbytte i form af en enorm vækst de seneste år," skriver han.

Konkret forventer energidrikfirmaet 40 pct. fremgang i omsætningen, selvom distributionen har haft det svært under coronakrisen.

"Vi bliver ved med at slå egne salgsrekorder og fortsætter naturligvis de store investeringer i opbygningen og udbredelsen af vores brand," skriver Jon Andersen.

State Drinks har netop lanceret sine produkter i Island og forventer i efteråret at lægge et større tryk på det svenske marked.

*Kilde: [www.fodevarewatch.dk](http://www.fodevarewatch.dk), 21.maj 2021*

### Bilag 3

## Udvalgte hovedtal for STATE Drinks ApS

	2020	2019	2018
Årets resultat (i 1.000 kr.)	66	-3.694	-4.995
Egenkapital (i 1.000 kr.)	8.261	2.471	-140
Antal ansatte	9	9	9

Kilde: *proff.dk*, 2021

## **Royal Unibrew skærper fokus på energidrik: "Potentialet er ret interessant"**

**Den danske bryggerikoncern øger med sine seneste opkøbsplaner endnu engang satsningen på koffeinfyldte læskedrikke. Innovationen er stor og tempoet højt, lyder det fra adm. direktør Lars Jensen**

Med udsigten til endnu et mærke indenfor energidrikke i porteføljen stiller Danmarks næststørste bryggeri, Royal Unibrew, nu endnu skarpere på markedet for energidrikke.

Sådan lyder meldingen fra adm. direktør i Royal Unibrew, Lars Jensen, efter at den danske ølkoncern torsdag offentliggjorde opkøbsforhandlingerne med franske MC Energy, der står bag energidrikken Crazy Tiger.

"Energidrikke – ikke kun i Danmark, men på tværs af landegrænser – er en kategori, som der er rigtig meget fart på," siger adm. direktør Lars Jensen fra Royal Unibrew.

"Vi vil rigtig gerne have en god position på denne kategori, fordi den begynder at have en langt bredere appeal, end den havde for bare en fire-fem år siden," siger Lars Jensen.

### **Markedspotentialet, der vokser**

Det styrkede fokus på energidrikke er ikke kun synligt under fremmede himmelstrøg.

"Indenfor de næste 6-12 måneders perspektiv, så er det energidrikke, som der har allermost fart på," sagde Lars Jensen i et interview med FødevareWatch tilbage i maj.

Vurderingen var ikke nødvendigvis ensbetydende med, at udviklingen skulle holde på den lange bane, men ifølge direktøren har kategorien – hvor Royal Unibrew selv er repræsenteret med bl.a. Cult og Faxe Kondi Booster – dog gennem de seneste år oplevet en skarp kamp om markedsandele.

Retter man blikket udenfor Danmarks grænser, er det dog samtidig en kategori, som har et af de største udviklingspotentialer, uddyber Lars Jensen i dag.

"Det er en kategori med rigtig meget fart på, og som også - som produkt - bevæger sig fra at være den traditionelle energidrik-smag. Den er på vej over til at blive denne innovationspipeline, som er relativt stor," siger Lars Jensen.

Han uddyber, at udviklingen bl.a. er tydelig ved udviklingen indenfor forskellige smagsvarianter, hvor nogle aktører bl.a. begynder at arbejde med lavere koffeinniveauer, uddyber direktøren.

## Bilag 8

# Coca-Cola gennemfører sit største opkøb til dato

Den amerikanske sodavandskæmpe har overtaget de resterende 85 pct. af et delejet selskab for, hvad der svarer til næsten 36 mia. kr.

Coca-Cola har gennemført handel til i alt 5,6 mia. dollar, eller hvad der svarer til 35,9 mia. kr.

Ifølge en udsendt pressemeddelelse overtager man for det historisk høje beløb de resterende 85 pct. af aktierne i drikkevareselskabet Bodyarmor. Coca-Cola har været medejer af Bodyarmor siden 2018, hvor man sikrede sig de første 15 pct. af selskabet. Dengang omsatte selskabet for 250 mio. dollar om året.

Bodyarmor er på markedet for energidrikke vokset til at være det næststørste brand på amerikansk jord efter PepsiCos Gatorade, der ifølge flere medier sidder på omkring 70 pct. af markedet. Ifølge Coca-Cola omsætter Bodyarmor for 1,4 mia. dollar eller knap 9 mia. kr., og senest har selskabet leveret vækst på omkring 50 pct., fremgår det.

"Bodyarmor har været en fantastisk tilføjelse til vores sortiment i de seneste tre år, og virksomheden har drevet kontinuerlig innovation inden for hydrering og sundheds- og velværeprodukter," udtaler Alfredo Rivera, der er direktør for den nordamerikanske driftsenhed i The Coca-Cola Company.

Udover andenpladsen har Coca-Cola i forvejen nummer tre på det amerikanske energidrikmarked, Powerade.



Kilde: [www.fodevarewatch.dk](http://www.fodevarewatch.dk), 1. november 2021

## Danskerne er verdensmestre i slikforbrug – herunder energidrikke

Energidrikke udgør 4% af det samlede forbrug af søde drikke, men de giver alligevel anledning til sundhedsmæssig bekymring for især sårbare grupper som børn. Det skyldes energidrikkenes høje koffeinindhold, som særligt kan give børn bivirkninger efter indtag.

Energidrikke markedsføres ofte som en måde at få mere energi og forbedre koncentrations- og præstationsevnen. Energidrikke indeholder mere sukker, flere kalorier og ikke mindst meget mere koffein end sodavand.

En tidligere undersøgelse har vist, at 42% af brugerne af energidrikke har oplevet bivirkninger som søvnbesvær, rastløshed og hjertebanken efter at have indtaget energidrikke.

I 2009 gav Fødevarestyrelsen tilladelse til at tilsætte 320 mg koffein pr. liter energidrik mod tidligere 150 mg pr. liter. Salgstal er derfor vist for perioden 2010-2019 i tabel 2. Data viser, at salget af energidrikke i Danmark er næsten femdoblet fra 2010-2019, og det forventes at stige yderligere frem til 2025.

**Tabel 2.** Salg af energidrikke i Danmark 2010-2019 samt forventet salg i 2025 (Euromonitor 2020)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2025
Mio. liter	6,3	9,2	11,1	14,0	16,2	17,9	20,3	23,2	26,3	30,0	41,7
Liter pr. indbygger	1,1	1,7	2,0	2,5	2,9	3,2	3,5	4,0	4,5	5,2	7,1

Hver dansker købte i gennemsnit 1,1 liter energidrik om året i 2010, og det forventes at stige til 7,1 liter om året i 2025. Hvis fremskrivningen af salget af energidrikke frem til 2025 holder, betyder det, at salget over en 15-årig periode vil være mere end seksdoblet i Danmark (fra 6,3 mio. liter i 2010 til 41,7 mio. liter i 2025). Blandt 10-14-årige var 13% brugere af energidrikke.

Kilde: DTU Fødevareinstituttet, 2021

## **Negativt image og muligt forbud mod salg til børn er potentielt problematisk**

Den negative medieomtale, som energidrikke har fået i de senere år, vil potentielt kunne presse omsætningen i kategorien. Mediedebatten har fokuseret på både det høje sukkerindhold og det høje koffeinindhold i energidrikke, men også de mange kunstige tilsætningsstoffer som produkterne ofte indeholder. Forbrugerne viser i stigende grad interesse for sundere produkter med en ernæringsrigtig profil og særligt de såkaldte "clean" produkter, der indeholder færre, eller slet ingen kunstige tilsætningsstoffer. Det kan betyde, at det kan blive en udfordring for energidrikke at forblive relevante i tiden efter Covid-19. Et særligt problem i denne forbindelse er, hvorvidt den danske regering vælger at indføre et forbud mod salg af energidrikke til børn. Det spørgsmål blev drøftet adskillige gange i det danske Folketing i undersøgelsesperioden. Energidrikke vil dog sandsynligvis fortsat være stærkt efterspurgt hos en stabil gruppe af ivrige entusiaster, der ikke lader sig afskrække af sundhedsdebatten.

*Kilde: Euromonitor: Energy Drinks in Denmark, January 2021*

## Bilag 12

# De største brands på markedet for energidrikke i Danmark

Brand (Salg til detailhandelen)	Producent	Markedsandel (målt i værdi)
Red Bull	Red Bull	20,6 %
Faxe Kondi Booster	Royal Unibrew	14,2 %
Monster Energy	Carlsberg	11,0 %
Cult	Royal Unibrew	9,1 %
Coca-Cola Energy	Coca-Cola Company	6,3 %
Burn	Coca-Cola Company	5,8 %
X Ray	Harboes Bryggeri	3,9 %
Red Bull Sugar Free	Red Bull	3,1 %
Faxe Kondi Booster Free	Royal Unibrew	2,4 %

Kilde: Euromonitor: Energy Drinks in Denmark, January 2022