

FølgEBrev i forbindelse med offentliggørelsen af forventningerne til 2023

Greve, d. 21. december 2022

Kære aktionær i Alefarm Brewing A/S.

Vi har dags dato offentliggjort vores forventninger til 2023.

Vores forventninger bygger på 2022, som året er forløbet indtil nu. Det tegner et billede af en periode, som har været præget af ændrede markedsvilkår. Vi har oplevet stigende råvare- og energipriser, stigende inflation og faldende eksport – men dog vækst på det danske marked inden for især on-trade og i vores digitale kanaler. I den forbindelse præsenterer vi en ny strategi.

STRATEGI 2023 SAMMENFATTET

Strategien for 2023 er sammenfattet i hovedpunkter her:

- **Fokus på indtjening** med udgangspunkt i en produktion, som er tilpasset efterspørgslen
- **Positivt EBITDA** i størrelsesordenen tDKK 100.000 på baggrund af en forventet omsætning i størrelsesordenen tDKK 8.500 til tDKK 10.000
- **Ny digital platform** i form af en app til iOS og Android som kilde til vækst inden for kendskabsgrad, kundeloyalitet og fastholdelse gennem et verdensomspændende digitalt fællesskab

Nedenfor følger en redegørelse for strategien og de perspektiver, som den er formet af.

OM BRYGGERIER I ET HISTORISK PERSPEKTIV

Som deltagere i et samfund er bryggerier interessante at analysere. Bryggerier har nemlig en evne til at skabe samhørighed og være kulturbærende i de sammenhænge, som de er en del af. Dertil kommer at bryggerier befinder sig blandt de virksomheder, som er allermest levedygtige historisk set.

Der findes lokale danske bryggerier, som har eksisteret i både 30, 40 og 50 år, mens større bryggerier, som fx Carlsberg, har eksisteret i flere hundrede år – endda næsten tusind år i tilfældet Bayerische

Staatsbrauerei Weihenstephan i Tyskland. Det kan kun lade sig gøre, såfremt selvsamme bryggerier er i stand til at udvikle sig og følge med tiden.

Bryggeriernes evne til at følge med tiden – og tilpasse sig markedsforhold, som de materialiserer sig år for år – er afgørende for netop deres levedygtighed. I opgangstider producerer bryggerierne mere, fordi efterspørgslen stiger, mens produktionen daler i nedgangstider, hvor efterspørgslen falder.

Bryggerier er i høj grad konjunkturafhængige, et fænomen som også gør sig gældende hos Alefarm Brewing. Evnen til at tilpasse sig disse konjunkturændringer er – og skal altid være – en hjørnesten i vores forretningsførelse.

MARKEDER I URO

Verdensøkonomien har været præget af store udsving i løbet af nærværende regnskabsår. Stigende råvare- og energipriser kombineret med en stigende inflation har sat sit tydelige præg på alt fra forsyningskæder og produktionstider til forbrugeradfærd og købelyst i samfund over hele Europa.

Vi ser nu ind i et 2023, hvor markederne forventeligt vil være præget af en lignende uro. Vi ser ind i en fremtid, hvor en række faktorer vil være ukendte indtil det tidspunkt, hvor navnlig forsyningsøkonomi og politiske forhold stabiliserer sig i en vekselvirkning, som vil skabe ro på markederne på ny.

Vi forventer ikke at denne stabilisering kommer til at ske i den nærmeste fremtid. Vi forventer usikkerhed på markederne – og den usikkerhed forholder vi os aktivt til.

EN DRIFT I BALANCE

I den forbindelse har vi formuleret en ny strategi for 2023, som tager udgangspunkt i en produktion, som er tilpasset efterspørgslen, samt en reduktion i vores omkostninger med henblik på at skabe og fastholde en drift, som er rentabel for regnskabsåret 2023.

Vi forventer en efterspørgsel, som vil udmønte sig i en omsætning i størrelsesordenen tDKK 8.500 til tDKK 9.500 for regnskabsåret 2023. Vi forventer et positivt EBITDA i størrelsesordenen tDKK 100.000 på baggrund heraf. Vores målsætning er dermed at skabe en drift i balance, hvor fokus er på indtjening.

NY DIGITAL PLATFORM

Vi foretager denne tilpasning af vores produktion, fordi vi er et moderne bryggeri, som er omstillingsparat. Samtidig tror vi på at der er flere måder at vækste på som virksomhed end ved udelukkende at øge produktionen af øl i en given periode. Vi supplerer nemlig denne produktionstilpasning med et nyt fokusområde.

Vi udvikler og lancerer en app til iOS og Android, som fungerer som et socialt netværk. Her kan ølentusiaster verden over oprette en profil og dele smagsindtryk, billeder og oplevelser med øl.

Dertil kommer mulighed for at oprette grupper, hvori man kan samles og udveksle inspiration og erfaringer, samt beskedfunktionalitet og mulighed for at se hvilke begivenheder, som finder sted i sit lokalområde.

Det bliver muligt at tilmelde sig app'en både som privatperson, som virksomhed eller som organisation. Således bliver det muligt både for den enkelte ølentusiast såvel som for den lokale restaurant, café, bar eller forening at deltage i det digitale fællesskab og derigennem både promovere og sælge øl og arrangementer i den forbindelse.

Ambitionen med den nye digitale platform er tredelt. Vi ønsker med den digitale platform

- at skabe et **digitalt fællesskab**, som er i stand til at tiltrække og fastholde ølentusiaster på verdensplan og tilbyde dem mulighed for at dyrke deres interesse for øl,
- at skabe en **digital markedsplads** for køb og salg af øl mellem privatpersoner såvel som privatpersoner og virksomheder, og
- at øge **kendskabsgrad, kundeloyalitet og fastholdelse** af kunder i Alefarm Brewings målgruppe.

App'en vil derudover på sigt indeholde mulighed for oprettelse af abonnement, som giver adgang til flere funktioner, og som gør det muligt for både privatpersoner, virksomheder og organisationer at fremhæve deres profil på tværs af visninger i app'en.

Dermed udgør den digitale platform et nyt fokusområde for Alefarm Brewing, som muliggør ren digital omsætning bestående af henholdsvis gebyrer fra køb og salg af øl samt abonnementsbetalinger. Dette nye fokusområde udgør derfor en ny kilde til omsætning, som potentielt kan komme Alefarm Brewing til gode både i 2023 og fremefter.

Det er allerede nu muligt at tilmelde sig ventelisten og således være blandt de første, som får adgang til den nye digitale platform. Tilmelding kan foretages [via dette link](#).

EN PERSONLIG BEMÆRKNING

Jeg har været selvstændig i snart 25 år, hvor hovedparten af min karriere har drejet sig om øl, design og softwareudvikling. Mit arbejde som selvstændig softwareudvikler er foregået både i Danmark og i udlandet, specifikt San Francisco, hvor jeg boede og arbejdede i en længere periode – og hvor jeg oplevede glæden ved lokalbrygget øl af højeste kvalitet efter en lang dag foran skærmen.

I vores virksomhedsbeskrivelse fra børsnoteringen af Alefarm Brewing A/S i november 2020 figurerer et afsnit omkring vores digitale ambitioner. Det er disse ambitioner, som vi realiserer med den nye strategi, som på sin vis er en sammensmeltning af det bedste fra to verdener – software og øl – sådan som jeg har oplevet dem især fra min tid i USA.



Alefarm Brewing er en unik virksomhed, fordi vi ikke bare er et bryggeri. Vi er ikke bare en produktionsvirksomhed. Vi er også en teknologivirksomhed, som ønsker at skabe gode og vedvarende oplevelser med øl. Det er en kontinuerlig rejse sammen med vores kunder, som med fordel kan foregå digitalt, i hvilken sammenhæng vores evne til at eksekvere er helt speciel for markedet.

Derfor glæder jeg mig meget til den kommende tid. Jeg tror på den nye strategi og på de fremtidige perspektiver, som den bringer med sig, både hvad angår vores produktion og teknologiske udvikling. Jeg tror på effekten af at skabe fællesskaber og af at samles omkring det gode øl – især digitalt.

Med den nye strategi byder vi velkommen til et helt nyt fokusområde. I den forbindelse vil jeg sige en varm og hjertelig tak til alle vores aktionærer, som har været med os indtil nu. Jeg tror og håber på at fremtiden er vores.

Alt det bedste,

Kasper Tidemann

Stifter og direktør
Alefarm Brewing

