

Handelsblatt print: Nr. 044 vom 04.03.2021 Seite 045 / Unternehmer des Tages

AXEL DAHM

## Ein "fürchterliches" Jahr für Brauer

**Geschlossene Restaurants, abgesagte Veranstaltungen: Die Coronakrise hat der Bitburger Braugruppe große Einbußen beschert.**

Diana Fröhlich

Axel Dahm ist Realist. Der Chef der Bitburger Braugruppe beschreibt das Corona-Jahr 2020 als "fürchterlich". Als eines, in dem das für Bitburger so wichtige Gastronomie- und Eventgeschäft zum Erliegen kam. Als eines, in dem der Umsatz gleich um zwölf Prozent auf nunmehr 696 Millionen Euro sank. Und als eines, in dem er rund 130 von 1800 Stellen abbauen musste.

Auch 2021 werde kein "goldenes Jahr" für die deutschen Brauer, sagt Dahm. Zu unsicher sei die Lage derzeit. Er hofft zwar, dass Deutschland "so schnell wie möglich in Richtung Öffnung geht" - seiner Meinung nach wäre es vor allem "für die Außengastronomie auch angezeigt", wie er sagt. Doch wie sich das Jahr entwickeln wird, da mag er sich nicht festlegen. Das Schlimmste wäre ein erneuter Lockdown im kommenden Herbst.

Dabei gibt es für das Traditionsunternehmen aus der Eifel durchaus Positives zu berichten. Im Einzelhandel ist es 2020 im Gegensatz zum Bereich "Gastronomie und Events", in dem das Geschäft um 51 Prozent einbrach, richtig gut gelaufen. Die Marke Benediktiner zum Beispiel, Vertriebspartner von Bitburger, hat laut Dahm ein Umsatzplus von 40 Prozent erzielt, Bitburger immerhin von sechs Prozent.

"Wenn Corona nicht gekommen wäre, hätten wir ein tolles Jahr gehabt", sagte Dahm am Mittwoch in Bitburg. Auch wenn die guten Ergebnisse dort die gravierenden Verluste im Außer-Haus-Geschäft nicht annähernd ausgleichen können. Doch die gute Entwicklung im Handel ist ein Hoffnungsschimmer, auf den sich Dahm auch in diesem Jahr konzentrieren möchte.

Bitburger geht es trotz des Umsatzrückgangs damit etwas besser als dem Branchendurchschnitt. Denn deutsche Brauereien hatten 2020 im Mittel ein Umsatzminus von 23 Prozent zu verzeichnen, zeigt eine aktuelle Umfrage des Deutschen Brauer-Bunds. Ohnehin schrumpft der Biermarkt hierzulande seit Jahrzehnten. Gründe sind der demografische Wandel und veränderte Konsumgewohnheiten.

/// Weniger Durst auf Bier // .

2020 sank der Pro-Kopf-Konsum auf rund 88 Liter im Jahr. Damit trank der Durchschnittsdeutsche so wenig Bier wie seit dem Ende der 1950er-Jahre nicht mehr. Vor allem kleinere Betriebe kämpfen teils ums Überleben, während wenige große Brauereien vom gestiegenen Flaschenbierverkauf im Einzelhandel profitierten. So auch Bitburger.

"Es geht uns nicht gut, aber wir sind in keiner Weise gefährdet", sagt Dahm, der seit seinem Amtsantritt Ende 2016 neue Wege einschlägt. Weg vom Sportsponsoring, weg von den ruinösen Rabattschlachten im Supermarkt, hin zu innovativen Produkten. In diesem Jahr setzt er neben dem bereits im Handel erhältlichen glutenfreien Bier und einem Cider etwa auf das Starkbier "Maibock".

Der Nischentrend Craftbeer veranlasst inzwischen auch größere Brauereien, mit Biervarianten zu experimentieren. Bitburger hat sich hier mit "Craftwerk Brewing" hausintern postiert. In diesem Jahr will Bitburger zudem seine erste eigene Gaststätte eröffnen - das "Benediktiner Weissbräuhaus" in Gießen. Mittelfristiges Ziel sei es hier, in Zukunft per Franchise weitere Betriebe hinzuzufügen.

Dahm ist davon überzeugt, dass die Menschen wieder in die Restaurants strömen und dabei auch zum Bier greifen, sobald diese wieder geöffnet sind. So lange will er den Lockdown "aushalten" und auf die Einsicht der Politik hoffen. Was allerdings Großveranstaltungen wie Kongresse und Messen betrifft, müsse man sich wohl "auf Dauer auf eine neue Welt einstellen". Es könne sein, dass künftig "mehr virtuell stattfindet als früher". Zum Nachteil für die Brauer. Auch da ist Dahm Realist. Diana Fröhlich

*Fröhlich, Diana*

<b>Quelle:</b>	Handelsblatt print: Nr. 044 vom 04.03.2021 Seite 045
<b>Ressort:</b>	Unternehmer des Tages
<b>Branche:</b>	AGE-03-11-01 Bier & Malzgetränke P2082 AGE-03-11 Getränke P2080
<b>Dokumentnummer:</b>	B4C87577-EFB9-41A5-9AE4-599D0FEFE17D

**Dauerhafte Adresse des Dokuments:**

[https://archiv.handelsblatt.com/document/HB\\_B4C87577-EFB9-41A5-9AE4-599D0FEFE17D%7CHBPM\\_B4C87577-EFB9-41A5](https://archiv.handelsblatt.com/document/HB_B4C87577-EFB9-41A5-9AE4-599D0FEFE17D%7CHBPM_B4C87577-EFB9-41A5)

Alle Rechte vorbehalten: (c) Handelsblatt GmbH - Zum Erwerb weitergehender Rechte:  
[nutzungsrechte@handelsblattgroup.com](mailto:nutzungsrechte@handelsblattgroup.com)

© GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH