



BITBURGER BRAUGRUPPE GmbH
Leiterin Unternehmenskommunikation: Angelika Thielen
Römermauer 3 | 54634 Bitburg | Tel. 06561 14-2385 | Fax 06561 14-82385
angelika.thielen@bitburger-braugruppe.de

PRESSEMELDUNG

„Haben entschlossen auf die Krise reagiert“

Bitburger legt im Handel zu / Umsatzrückgang um 12 Prozent durch hohen Gastro-Anteil / Braugruppe jetzt klimaneutral

Bitburg / 3. März 2021. Die Bitburger Braugruppe verzeichnet für das Ausnahmejahr 2020 trotz einer sehr guten Entwicklung im Handel insgesamt einen Umsatzrückgang von 12 Prozent auf nun 696 Mio. Euro (2019: 792 Mio. Euro). Das Spannungsfeld, in dem sich die gesamte Braubranche und die Brauerei im letzten Jahr bewegt haben, verdeutlichen die folgenden Zahlen: Während für die Braugruppe durch die wochenlangen Schließungen und Sicherheitsauflagen in der Gastronomie und im Veranstaltungsgeschäft der Umsatz dort um 51 Prozent zurückging, konnte die Marke Bitburger Premium Pils 2020 im Handel ihren Umsatz-Marktanteil auf 8,3 Prozent (2019: 8,0 Prozent) weiter ausbauen. Die Weißbiermarke Benediktiner erzielte im Handelsgeschäft sogar einen Umsatzzuwachs von 40 Prozent, der Gesamtumsatz der Marke inklusive des Gastro- und Außer-Haus-Markts ging jedoch um elf Prozent zurück.

Gastro-Partner schon früh unterstützt

Mit Bitburger als Fassbiermarke Nummer eins und einem Anteil im Gastronomie- und Veranstaltungsgeschäft von ca. 30 Prozent am Gesamtabsatz der Marke, hat die pandemiebedingte Schließung der Gastronomie und weitere Teile des Außer-Haus-Markts die Braugruppe im Vergleich zu vielen großen Wettbewerbern besonders hart getroffen. Dies zeigt sich auch bei der in der Gastronomie besonders starken Marke König Pilsener (Fassbieranteil 32 Prozent) und der vor allem im regionalen Veranstaltungsgeschäft starken Marke Licher mit einem ebenfalls jeweils zweistelligen Umsatzminus.



Schon früh hat die Brauerei ihre mehr als 50.000 Partner in der Gastronomie durch zahlreiche Maßnahmen so weit wie möglich unterstützt. „Auch wenn wir nach jetzigem Stand wohl frühestens ab 2022 eine echte Normalisierung im Außer-Haus-Markt erwarten können, so sind wir wie unsere Gastro-Partner dennoch überzeugt, dass die Menschen die Angebote in den Biergärten, der Gastronomie und bei Veranstaltungen dann verstärkt und intensiv nutzen werden, wenn dies für sie ohne Restriktionen oder Gefahren wieder möglich ist“, ist Axel Dahm, Sprecher der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe, überzeugt.

Zuversichtlich stimmen Dahm zudem die Rückmeldungen aus der Marktforschung und die positive Resonanz auf die Neuheiten des Unternehmens. Anknüpfen an den großen Erfolg des Saisonprodukts Winterbock will die Braugruppe mit dem Launch von Bitburger Maibock, der seit diesem Monat erhältlich ist. „Nach wie vor sehen wir ein großes Interesse beim Handel und den Verbrauchern an Spezialitäten, besonders dann, wenn sie sich qualitativ und geschmacklich wirklich von den herkömmlichen Angeboten unterscheiden“, resümiert Dahm.

Im Handel teils deutlich zugelegt

Mit einem Umsatzplus von sechs Prozent legte die Marke Bitburger im letzten Jahr im Handel deutlich zu. Auch die Erfolgsrange Bitburger 0,0% konnte im Handelsgeschäft weiterwachsen. Bezogen auf den Handelsanteil erzielten alle Bitburger 0,0% Produkte zusammen ein Umsatzplus von fünf Prozent. Mit einem Umsatzanteil von 47 Prozent bleibt die Range weiter klarer Marktführer im 0,0-Segment. Die guten Ergebnisse im Handelsgeschäft haben aber auch in diesem Segment die gravierenden Verluste im Gastro- und Außer-Haus-Markt nicht annähernd ausgleichen können.



Nach diesem absoluten Ausnahmejahr sieht Dahm das Unternehmen jedoch für die weiteren Herausforderungen, aber vor allem auch für die sich jetzt zahlreich ergebenden Chancen in den nächsten Jahren sehr gut vorbereitet. „Wir haben bereits früh und entschlossen mit unserer Strategieanpassung und Neuorganisation auf die Krise reagiert und unsere Kräfte deutlich gebündelt“, erläutert Dahm. Deshalb ist die Braugruppe auch bei anhaltenden und wiederkehrenden Lockdowns und geschlossener Gastronomie für die weiter großen Herausforderungen des laufenden Jahres gut gerüstet.

Herstellung an allen Standorten klimaneutral

Trotz der Ausnahmebedingungen im Pandemiejahr 2020 konnte die Braugruppe ihr selbstgestecktes Nachhaltigkeitsziel erreichen: Seit Ende 2020 braut das Unternehmen als erste Brauereigruppe Deutschlands an allen vier Standorten klimaneutral. „Das Thema Nachhaltigkeit ist für uns trotz der aktuellen Rahmenbedingungen eines unserer zentralen Ziele, dessen konsequente Umsetzung in unserem Unternehmen seit jeher eine große Bedeutung hat und auch zukünftig haben wird“, betont Jan Niewodniczanski, Geschäftsführer Technik und Umwelt. Beim Thema Mehrweg gehört die Bitburger Braugruppe mit einem konstant hohen Mehrweganteil von über 90 Prozent (2020: 93 Prozent) seit Jahren zu den Vorreitern in der Getränkebranche.

Bitburger Braugruppe

Die Bitburger Braugruppe braut und vermarktet ausschließlich Premium-Biere und zählt mit einem Umsatz von insgesamt 696 Millionen Euro (2020) zu den führenden Brauereigruppen Deutschlands. Zum Unternehmen gehören die Marken Bitburger, König Pilsener, Königsbacher, Köstritzer, Licher und Nette. Darüber hinaus besteht eine Vertriebspartnerschaft mit der Benediktiner Weißbräu GmbH. Die Braugruppe ist ein Familienunternehmen und wird heute in der siebten Generation geführt.