



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

„Erwarten Nachholbedarf in der Gastronomie“

Bitburger Braugruppe mit Umsatzminus von 2,7 Prozent /
Plus bei Weißbier und Export / Klima-Investition in Duisburg

Bitburg / 8. März 2022. Auch das zweite von Corona geprägte Jahr hat sich erkennbar auf das Geschäft der Braubranche ausgewirkt. Neben der anhaltenden Pandemie und einem schlechten Sommer sah sich die Bitburger Braugruppe zusätzlich mit den massiven Folgen der Flutkatastrophe in ihrem unmittelbaren Kerngeschäft in Gastronomie und Handel konfrontiert. „Wir haben in direkter Nachbarschaft die teils katastrophalen Folgen für die Menschen sowie die finanziellen Auswirkungen auf eine komplette Großregion erlebt. Auch Mitarbeiter von uns waren stark betroffen“, resümiert Axel Dahm, Sprecher der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe, das weitere Ausnahmejahr. Angesichts dieser Bedingungen zeigt sich der Bitburger Geschäftsführer mit einem gruppenweiten Umsatzrückgang von 2,7 Prozent auf 634 Mio. Euro (2020: 651 Mio. Euro, bereinigt um die 2020 verkaufte Wernesgrüner Brauerei) unter dem Strich zufrieden. „In Anbetracht all dieser Umstände ist es ein vernünftiges Resultat“, bilanziert Dahm. Zumal die Braugruppe wirtschaftlich gestärkt aus dem zweiten Pandemiejahr in die Erholungsphase der neuen Normalität startet und somit für Investitionen – auch und gerade in die Gastronomie – bestens gerüstet ist.

Das zweistellige Umsatzplus von 13,3 Prozent im Export, wo die Gastronomie in den Fokusländern der Braugruppe wieder deutlich mehr Fahrt aufgenommen hatte als hierzulande, unterstreicht, wie sehr derzeit externe Faktoren die Marktentwicklungen beeinflussen. Abkoppeln vom herausfordernden Inlandsgeschäft konnten sich erneut die Marke Benediktiner (plus 14,6 Prozent Umsatz gesamt im Hell- und Weißbiersegment), die neu eingeführten Bitburger Fassbrausen sowie die saisonalen Produkte Bitburger Maibock und der schon länger erfolgreiche Bitburger Winterbock. Die Hauptmarke Bitburger konnte bei



marktkonformen Umsatzverlusten (minus 3,8 Prozent) dennoch im Handel ihre Marktanteile auf dem im Vorjahr erreichten Höchstniveau halten.

Das Gastronomie-Geschäft im vergangenen Jahr erwies sich aufgrund des langen Lockdowns von Januar bis Mitte Mai sowie des Teil-Lockdowns von Oktober bis Dezember als noch herausfordernder als im ersten Pandemiejahr. Angesichts der erschwerten Rahmenbedingungen zeigt sich die Braugruppe mit einem leichten Umsatzminus von 1 Prozent zufrieden. So habe man in den Monaten Juli bis September zwischen 70 und 80 Prozent der vergleichbaren Gastro-Absätze vor Corona (2019) erzielen können. Rund 2.500 Objekte konnte die Braugruppe als Fassbiermarke Nummer eins trotz des sechsmonatigen Lockdowns hinzugewinnen. In einem „normalen“ Jahr sind dies im Schnitt 3.500 Objekte.

Erste Ergebnisse zeigt auch die 2020 erfolgte aktualisierte Marken-Strategie der Braugruppe. Köstritzer Edel Pils konnte sowohl in der Gastronomie als auch im Handel Marktanteile gewinnen, König Pilsener konzentriert seine Markt- und Werbeaktivitäten auf die definierten Kerngebiete Nordrhein-Westfalen und die norddeutsche Küstenregion. Stark betroffen vom fast vollständigen Ausfall von Festen, Veranstaltungen und Events sieht sich mit einem deutlichen Umsatzminus die regionale Marke Licher. „Wenn diese Aktivitäten zu einem Zeitpunkt X wieder stattfinden können, wird sich das zeitgleich in den steigenden Umsätzen von Licher widerspiegeln“, zeigt sich Dahm überzeugt.

„Natürlich hat uns aufgrund unserer starken Stellung in der Gastronomie die nun mehr als zwei Jahre dauernde Corona-Pandemie sehr getroffen. Aber im gleichen Maße werden wir davon profitieren, wenn nach einem Ausklingen der Pandemie sich das Leben der Menschen wieder normalisieren wird“, so Dahm. Allerdings sei angesichts der aktuellen politischen Ereignisse rund um den Ukraine-Krieg und deren noch nicht absehbaren Folgen für uns alle eine Prognose zu dem Verlauf der nächsten Monate nur bedingt möglich. „Der Krieg in der Ukraine hat die Vorzeichen über Nacht verändert“, erklärt Dahm.



Auch in Corona-Zeiten hat die Bitburger Braugruppe ihre ehrgeizigen Nachhaltigkeitsziele weiter fortgeschrieben. Neben dem Ende 2020 erreichten Meilenstein, als erste Braugruppe Deutschlands an allen Standorten klimaneutral zu produzieren, konnte im vergangenen Jahr ein weiteres zukunftsweisendes Projekt zum Klimaschutz auf den Weg gebracht werden: Im Rahmen eines gemeinsamen Projekts der König-Brauerei, E.ON und thyssenkrupp soll Abwärme von thyssenkrupp durch eine neue, vom Energieanbieter E.ON gemaagte, Dampfübernahmeleitung in die König-Brauerei geführt werden, um so die für die Brauprozesse benötigte thermische Energie bereitzustellen. Das Besondere: Alle Prozesse zur Bierherstellung, bei denen Energie in Form von Wärme benötigt wird, sind dann zu 100 Prozent klimaneutral. „Die König-Brauerei wird durch diese zukunftsweisende Investition zu einer der nachhaltigsten Brauereien in Deutschland“, erklärt Jan Niewodniczanski, Geschäftsführer Technik und Umwelt.

Zur Bitburger Braugruppe

Die Bitburger Braugruppe braut und vermarktet ausschließlich Premium-Biere und gehört 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.