

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

„Wir sind zurück in der Erfolgsspur“

Bitburger Braugruppe mit zweistelligem Umsatzplus / Marken teils deutlich über Branchendurchschnitt / Hohe Kosten bleiben Fokusthema

Bitburg / 8. März 2023. Die Bilanz der Bitburger Braugruppe fällt für 2022 trotz großer externer Herausforderungen durchweg positiv aus. Mit einem Plus von über 15 Prozent bei einem erzielten Umsatz von 729 Mio. Euro (2021: 634 Mio. Euro) legte die Braugruppe sowohl im Handel als auch in der Gastronomie deutlich zu. Der Gruppenabsatz wuchs um knapp elf Prozent. „Wir sind zurück in der Erfolgsspur. Nach zwei für uns sehr schwierigen Pandemie Jahren mit teils monatelangen Lockdowns bei unseren Gastronomiepartnern konnten wir im letzten Jahr unsere Schlagkraft und Markenstärke in allen relevanten Vertriebskanälen wieder unter Beweis stellen“, so Jan Niewodniczanski, Geschäftsführer der Bitburger Braugruppe und Mitglied der Eigentümerfamilie.

Mit einem Wachstum deutlich über dem Branchendurchschnitt sowie einer langfristigen und nachhaltigen Einkaufsstrategie hat das Familienunternehmen trotz der enormen Kosten- und Preissteigerungen bei Energie und Rohstoffen sein wirtschaftliches Ziel für 2022 erreicht. „Diese erfolgreiche Aufholjagd gibt uns große Zuversicht für das laufende Jahr, wenngleich wir alle natürlich wissen, dass uns auch 2023 durchgängig enorme Kostensteigerungen begleiten werden“, resümiert Finanz-Geschäftsführer Markus Spanier. „Wir waren im letzten Jahr in der gesamten Branche mit bislang noch nie dagewesenen Preissteigerungen konfrontiert und auch die langfristige Sicherung und Verfügbarkeit der benötigten Rohstoffe waren für alle ein zentrales Thema“, so Spanier. „Dass wir unseren Partnern und Kunden dennoch über die gesamte Zeit hinweg alle unsere Produkte liefern konnten, war nicht selbstverständlich.“



Im letzten Jahr konnte die Bitburger Braugruppe ihre Markenstärke neben einem erfolgreichen Handelsgeschäft auch in der Gastronomie, wo ein Umsatzzuwachs von 74 Prozent erreicht wurde, wieder klar unter Beweis stellen: Rund 80 Prozent des Vor-Corona-Absatzes konnte das Unternehmen mit seinem gesamten Markenportfolio in dieser Sparte 2022 erzielen. „Für das laufende Jahr erwarten wir, uns dem Vor-Corona-Niveau deutlich anzunähern“, blickt Niewodniczanski voraus. An dieser durchweg positiven Entwicklung haben auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im zuständigen Innen- und Außendienst einen großen Anteil: „Als Partner der Gastronomie stehen wir unseren Kunden mit Rat und Tat zur Seite – wie beispielsweise beim Thema Fachkräftemangel, wo wir mit ganz konkreten Projekten unseren Kunden bei der Personalsuche helfen“, erklärt Personal-Geschäftsführer Dr. Stefan Schmitz.

Positiv fällt auch der Blick auf die einzelnen Marken der Braugruppe aus. Marktanteilszuwächse sowie ein zweistelliges Umsatzplus von über 14 Prozent kennzeichneten das Geschäft von Bitburger als größte Marke des Unternehmens. Die Marktführerschaft im immer stärker umkämpften 0,0%-Segment konnte Bitburger weiter ausbauen, u. a. mit dem erfolgreichen Launch von Bitburger 0,0% Herb Pils Alkoholfrei. Bei der Spezialität Eifelbräu Landbier folgte nach der erfolgreichen Gastro-Einführung 2021 im letzten Jahr ein starker Start im Handel.

Ihre beeindruckende Erfolgsgeschichte fortsetzen konnte auch die Marke Benediktiner Weissbräu mit einem Umsatzplus von über 34 Prozent. Die Marke König Pilsener entwickelte sich (Umsatz +19 Prozent) ebenfalls deutlich besser als der Markt. Licher zeigte sich im letzten Jahr trotz insgesamt schwieriger Rahmenbedingungen als stärkste hessische Marke im Handel (Umsatz +15 Prozent), und feierte ein starkes Comeback in den Bereichen Gastronomie und Festwiesengeschäft. Köstritzer erzielte ein Umsatzplus von 12 Prozent – Köstritzer Edel Pils war die am stärksten wachsende Pilsmarke in Ostdeutschland.

Auch das Exportgeschäft der Braugruppe ist auf Wachstumskurs. Obwohl die Braugruppe bereits kurz nach Beginn des Ukrainekriegs ihr aufstrebendes Russland-Geschäft komplett eingestellt hat, konnte das Unternehmen in seinem gesamten Auslandsgeschäft mit einem Umsatzplus von 12 Prozent diesen Ausfall mehr als kompensieren. Wichtigster Exportmarkt für die Braugruppen-Marken sind inzwischen die USA. Die neu gegründete Bitburger Digital mit Sitz in Düsseldorf startete im Bereich Digital Sales mit einem dynamischen Wachstum und steigerte den Umsatz um 41 Prozent.

Die Aussichten für das laufende Jahr stellen sich nach Ansicht der Bitburger Braugruppe differenziert dar: „Was die Entwicklung unserer Marken und den Ausbau unserer Marktstellung betrifft, sind wir sehr optimistisch, dass wir unsere Ziele erreichen“, so Niewodniczanski. Aber: „Wir haben als Unternehmen und als Branche erneut die Herausforderung, die langfristige Verfügbarkeit der benötigten Rohstoffe sicherzustellen und die sehr hohen Kostensteigerungen zu beherrschen und dabei Investitionen in nachhaltige, von fossilen Brennstoffen autarke, Energiekonzepte zu forcieren“, betont auch sein Geschäftsführungskollege Spanier. Das Thema Fachkräftesicherung nimmt auch bei der Bitburger Braugruppe eine zentrale Rolle ein. „Unsere qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch weiter erfolgreich an das Unternehmen zu binden sowie neues, geeignetes Personal für alle unsere Aufgabenbereiche für uns zu gewinnen, wird in einem umkämpften Fachkräftemarkt eine große Herausforderung für uns alle“, blickt Schmitz voraus.

Der Blick auf 2023 fällt trotz aller Herausforderungen dennoch optimistisch aus. Jan Niewodniczanski: „Wir stellen uns all diesen Themen und Aufgaben mit Respekt, aber auch mit Optimismus und großem Vertrauen – Vertrauen in unsere starken und erfolgreichen Marken, Zutrauen in unsere engagierten Mitarbeiter und nicht zuletzt Zutrauen in die Stärke eines langfristig denkenden und handelnden Familienunternehmens, das in seiner Vergangenheit viele Stürme und Herausforderungen erfolgreich gemeistert hat und dies auch weiterhin tun wird.“