

Lebensmittel Zeitung

Bilanz für 2023

Gastronomie stützt Absatz von Bitburger

Von Boris Dunkel

lebensmittelzeitung.net vom 15. Februar 2024



Der Absatz der Bitburger Braugruppe sank 2023 um 1,4 Prozent, der Umsatz stieg um 6,4 Prozent.

Auch Bitburger spürt den nachlassenden Bierdurst der Konsumenten, zeigt sich aber dennoch zufrieden mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr. Während der Absatz in der Gastronomie anzog, schwächelte die Gruppe im Handel.

Die Bitburger Braugruppe zieht für das vergangene Geschäftsjahr 2023 eine positive Bilanz. Trotz eines leichten Absatzminus konnte das Unternehmen laut einer Mitteilung beim Umsatz um 6,4 Prozent zulegen. Der Erlös stieg von 729 Mio. Euro im Vorjahr auf 776 Mio. Euro. Die Braugruppe hatte die Preise für alle ihre Marken zum 1. Februar 2023 erhöht.

Wie die gesamte Branche leidet auch Bitburger unter dem schwächelnden Biermarkt. Mit 1,4 Prozent fällt das Absatzminus im vergangenen Jahr zwar maßvoll aus, verglichen mit dem Gesamtabsatz der Branche, der laut Statistischem Bundesamt um 4,5 Prozent schrumpfte.

Das Familienunternehmen konnte sich dafür aber auch im abgelaufenen Geschäftsjahr auf seine traditionelle Stärke in der Gastronomie stützen. Im Gastrobereich stieg der Absatz um 3,7 Prozent, der Umsatz sogar zweistellig um 12,9 Prozent.

Im Handelsgeschäft sieht die Bilanz denn auch etwas bescheidener aus. Dennoch: Bei 2,9 Prozent Absatzrückgang wuchs der Umsatz um 3,7 Prozent. Mit am besten liefen die Geschäfte bei den alkoholfreien Bitburger-0,0%-Bieren, die laut Mitteilung um fast zehn Prozent zulegen konnten, und bei der Marke Benediktiner, die erneut zweistellige Gewinne bei Weißbier und bei Hellem erzielte. Teils deutliche Zuwachsraten habe es auch bei König, Köstritzer und Licher gegeben.

Für die kommenden Monate erwartet Bitburger kräftige Impulse durch die Fußball-EM, bei der das Unternehmen in den zehn Stadien und den offiziellen Fanzones als exklusiver Bierpartner präsent sein wird.