

PRESSEMEDLUNG

Bitburger Braugruppe mit Zuwächsen

Plus bei Umsatz und Absatz / Marke Bitburger mit sehr guter
Entwicklung / Kostenseite dämpft Ergebnisse

Bitburg / 5. Februar 2025. Mit einem Umsatzplus von 2,9 Prozent auf 798 Mio. Euro (2023: 776 Mio. Euro) und einem Absatzzuwachs von 1,5 Prozent hat sich die Bitburger Braugruppe von der rückläufigen Branchenentwicklung klar absetzen können. Den Zuwächsen bei Umsatz und Absatz stehen jedoch enorme Kostensteigerungen für Energie, Einkauf und Personal gegenüber. „Auch wenn wir angesichts der positiven Entwicklung unserer Marken und unseres Unternehmens zufrieden auf 2024 blicken können, fällt der Blick auf die Ertragssituation deutlich gedämpfter aus“, bilanziert die Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe: „Angesichts nach wie vor schwieriger Rahmenbedingungen wird auch 2025 als fünftes Jahr in Folge für die Branche und uns erneut sehr herausfordernd.“

2024 stand für die Braugruppe auch im Zeichen wichtiger und erfolgreicher Projekte und Vorhaben. Als nationaler Partner der UEFA Euro 2024™ zeigte Bitburger auf über 90 Großflächen mit knapp 10 Mio. Besuchern eine eindrucksvolle Markenstärke. „Über das gesamte Turnier hinweg garantierten unsere engagierten Mitarbeiterteams aus allen beteiligten Unternehmensbereichen eine lückenlose Versorgung und eine bundesweite Toppräsenz unserer Marken“, so die Geschäftsführung. Zugleich bildete die EM den Auftakt der vielbeachteten neuen „BITTE“- Kampagne.

Ihre Vorreiterrolle in der Branche im Bereich Nachhaltigkeit stellte die Braugruppe im letzten Jahr erneut mit einem herausragenden Projekt unter Beweis: Durch die Nutzung von Abwärme konnte die König-Brauerei in Duisburg in Kooperation mit thyssenkrupp Steel Europe und E.ON ihren jährlichen CO₂-Ausstoß um bis zu 75 Prozent reduzieren. Alle Prozesse zur Bierherstellung, bei denen Energie in Form von Wärme benötigt wird, sind jetzt emissionsfrei.

„Ein echter Meilenstein in Sachen Nachhaltigkeit – und ein bislang in unserer Branche in dieser Form einmaliges Projekt“, erklärt die Geschäftsführung. Neue Wege geht die Duisburger Brauerei auch mit ihrer ebenfalls 2024 an den Start gegangenen innovativen Marketing-Kampagne, die den berühmten Claim „Heute ein König“ mit aufmerksamkeitsstarken Motiven neu interpretiert.

Entwicklung der Braugruppen-Biermarken

Bitburger als wichtigste und größte Marke der Braugruppe verzeichnete im vergangenen Jahr entgegen der Marktentwicklung Zuwächse bei Umsatz und Absatz sowie eine starke Dynamik im Handel und in der Gastronomie. Als nationaler Partner der UEFA Euro 2024™ nutzte Bitburger die Europameisterschaft trotz des regnerischen und stürmischen Wetters in diesem Zeitraum erfolgreich für eine starke Markenpräsenz im Handel, begleitende Promotions in der Gastronomie sowie die parallel startende 360-Grad-Markenkampagne. Bitburger Premium Pils erzielte mit einem Umsatzplus von 3,3 Prozent unter den nationalen Pilsmarken eine der besten Entwicklungen.

Weiter auf einem starken Wachstumskurs bleibt auch die Marke Benediktiner mit einem erneut zweistelligen Umsatzwachstum im Handel und in der Gastronomie. Die Marken König Pilsener, Licher und Köstritzer verzeichneten marktkonforme Rückgänge. Erneut zweistellig bei Umsatz und Absatz wuchs das Segment Bitburger 0,0% und konnte damit seine Stellung als Marktführer im 0,0-Segment weiter ausbauen. Das 2022 neu eingeführte Bitburger Herb 0,0% wuchs überproportional und verdoppelte seinen Abverkauf zum Vorjahr fast.

Angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen für die Gastronomie (Mehrwertsteuer, Konjunktur, Personalengpässe) zeigt sich die Braugruppe mit einem leichten Umsatzplus zufrieden mit der Entwicklung ihrer Marken in der Gastronomie. Bitburger als stärkste Fassbiermarke in Deutschland konnte hier (Umsatz +2,9 Prozent) gegen den Markttrend zulegen. Vor allem das Neukundengeschäft entwickelte sich hierbei überproportional gut. Insgesamt jedoch verzeichnete die Gastrobranche rückläufige Gästezahlen und einen Rückgang bei den durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf, was sich vor allem im zweiten

Halbjahr deutlich zeigte. Auch für 2025 erwartet die Braugruppe ein sehr herausforderndes Gastrogeschäft.

Ein Top-Jahr mit einem überproportionalen Wachstum (Umsatz +15,7 Prozent) verbuchte der Exportbereich der Braugruppe. Als Wachstumstreiber erwiesen sich hier besonders die USA und Europa. Größter und wichtigster Exportmarkt der Braugruppe sind die Vereinigten Staaten, auf den die Braugruppe auch dieses Jahr optimistisch blickt.

Ausblick 2025

Mit der nationalen Einführung der neuen Biermix-Range „X²“ (Sorten Cola, Energy und Spritz) startet die Bitburger Braugruppe mit innovativen Produkten in das neue Jahr. Alle drei Produkte sind ab diesem Monat deutschlandweit in der 0,33-l-Flasche im Sixpack sowie in der 0,5-l-Dose erhältlich.

Der Ausblick der Bitburger Braugruppe auf das laufende Jahr 2025 fällt seitens der Geschäftsführung verhalten optimistisch aus: „Auf der einen Seite haben wir unverändert schwierige Rahmenbedingungen und weitere Kostensteigerungen. Auf der anderen Seite vertrauen und setzen wir auf die Stärke unserer Marken, erfolgreiche Werbemaßnahmen mit dem Fokus auf jüngere Zielgruppen sowie auf unsere hochmotivierte Belegschaft, die nicht zuletzt auf allen Ebenen bei der EM ihre Leistungsfähigkeit gezeigt hat. Wir sind überzeugt, dass wir auch in einem weiter stark umkämpften Markt unseren Kurs halten und die Position unserer Marken weiter festigen bzw. ausbauen können.“

Bitburger Braugruppe

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