

Bitburger erholt sich von Corona-Krise

Von Jens Holst Mittwoch, 08. März 2023, lebensmittelzeitung.net



Bitburger hat Absatz und Umsatz gesteigert.

Die Bitburger-Braugruppe hat im vergangenen Jahr bei Absatz und Umsatz zweistellig zugelegt. Auch für das laufende Jahr zeigt sich die Geschäftsführung zuversichtlich.

Nach zwei harten Jahren während der Corona-Pandemie spürt die Bitburger-Braugruppe einen deutlichen Aufwärtstrend. Für das abgelaufene Geschäftsjahr meldet die Großbrauerei aus der Eifel ein deutliches Plus bei Menge und Umsatz. Während der Absatz um 11 Prozent zulegte, stiegen die Erlöse um 15 Prozent auf 729 Mio. Euro. Zuvor hatten bereits andere Großbrauer wie Veltins, Krombacher und Radeberger deutliche Zuwächse vermeldet.

Stärker noch als der Konkurrenz hat Bitburger im vergangenen Jahr die Rückkehr des Fassbier-Geschäfts geholfen, das bei der Brauerei einen besonders großen Anteil am Absatz ausmacht. So stieg der Umsatz im Gastronomie-Geschäft nach Angaben des Unternehmens um 74 Prozent. Mittlerweile sei 80 Prozent des Absatz-Volumens erreicht, das Bitburger vor der Corona-Krise hatte. "Für das laufende Jahr erwarten wir, uns dem Vor-Corona-Niveau deutlich anzunähern", so Jan Niewodniczanski, Bitburger-Geschäftsführer und Mitglied der Eigentümerfamilie.

Gemessen am Umsatz machten alle großen Marken aus dem Portfolio der Gruppe wieder Boden gut – dabei dürfte auch eine Preiserhöhung für die meisten Marken im vergangenen Frühjahr eine Rolle spielen. So stiegen die Erlöse bei der Kernmarke Bitburger um 14 Prozent, auch König Pilsener (plus 19 Prozent) und Licher (plus 15 Prozent) sowie Benediktiner (plus 34 Prozent) entwickelten sich positiv.

Bei den Erlösen ist die Gruppe trotz der positiven Entwicklung insgesamt noch ein Stück vom Niveau vor der Pandemie entfernt. Im Jahr 2019 erzielte Bitburger noch einen Umsatz von 792 Mio. Euro, der Absatz lag damals bei rund 6,5 Mio. Hektolitern (<https://www.lebensmittelzeitung.net/industrie/nachrichten/Geschaeftsjahr-2019-Bitburger-verzeichnet-leichtes-Umsatzminus-145069>). Rechnet man die zwischenzeitlich an Carlsberg abgegebene Wernesgrüner Brauerei heraus, kam die Gruppe vor der Corona-Krise auf einen Umsatz von 740 Mio. Euro, der Absatz lag bei rund 6 Mio. Hektolitern.

Im laufenden Jahr hat die Braugruppe – wie viele Konkurrenten – aufgrund der Kostensteigerungen bei Rohstoffen, Energie und Logistik bereits eine weitere Preiserhöhung durchgeführt. Laut Finanz-Geschäftsführer Markus Spanier ist bereits klar, dass das Unternehmen auch in 2023 "durchgängig enorme Kostensteigerungen begleiten werden". Und auch Geschäftsführer Niewodniczanski betonte: "Die Branche braucht regelmäßige Preiserhöhungen, um überleben zu können."

Die Braugruppe hatte ihr Management im vergangenen Jahr teilweise neu aufgestellt. Bitburger-Chef Axel Dahm, der die Braugruppe mit Zukäufen stärken wollte, musste im vergangenen Frühjahr seinen Hut nehmen (<https://www.lebensmittelzeitung.net/industrie/nachrichten/braugruppe-wege-von-bitburger-und-axel-dahm-trennen-sich-165308>). Seine Aufgabenbereiche Vertrieb und Marketing soll Anfang kommenden Jahres der Carlsberg-Deutschland-Chef Sebastian Holtz übernehmen (<https://www.lebensmittelzeitung.net/industrie/personalien/neuer-geschaeftsfuehrer-bitburger-holt-deutschlandchef-von-carlsberg-168905>). Seit Jahresbeginn gibt es mit Markus Spanier zudem einen neuen Finanzchef. Darüber hinaus startet Anfang der Mai der Mars-Manager Christoph Weber als neuer Marketing-Chef in Bitburg.