

# Bitburger hilft Gaststätten

tag. MAINZ. Bitburger habe sich in diesem Umfeld zwar gut geschlagen, sagt Axel Dahm. „Aber gut geht es uns nicht.“ Um 12 Prozent auf 696 Millionen Euro sind die Umsätze der Eifeler Traditionsbrauerei mit ihren Marken Bitburger, Benediktiner, Licher, König-Pilsener, Wernesgrüner und Köstritzer zurückgefallen. Vor allem der „Außer-Haus-Absatz“ für Veranstaltungen, Gastronomie und Hotels machte dem Unternehmen im Corona-Jahr zu schaffen. Bitburger ist als größter Fassbiervermarkter von Gaststätten-Schließungen besonders betroffen. Die Brauerei beliefert 50 000 gastronomische Betriebe, so viel wie keine andere in Deutschland. Diese Absätze hätten sich rundweg halbiert.

Der studierte Psychologe an der Spitze der Brauerei zeigte sich dennoch einigermaßen zufrieden. Bitburger habe früh reagiert, die Struktur vereinfacht und zum ersten Mal nach dem Ende des Weltkrieges Stellen gestrichen. Um 130 auf 1650 sei die Zahl der Beschäftigten zurückgegangen. Den überwiegenden Anteil habe man sozialverträglich gestalten können, nun sei immerhin die Unsicherheit weg: „Egal wie viele Lockdowns es noch gibt, wir müssen nichts mehr an den Strukturen ändern, kein Mitarbeiter muss mehr um seinen Arbeitsplatz fürchten.“ Mit seiner schon im vergangenen Sommer im Gespräch mit dieser Zeitung geäußerten Befürchtung, wonach ein Drittel der Gaststätten die Krise nicht überleben dürfte, werde er leider recht behalten, sagte Dahm. Die Brauer müssten sich dauerhaft auf Veränderung einstellen. Vor allem geschäftliche Treffen, Reisen und Messen werde es weniger geben. Bitburger hat in der Krise laut Gastro-Chef Rainer Noll Hilfsprogramme für Gaststätten aufgelegt: Von der Beratung zu Hygienekonzepten und staatlichen Hilfen über Servicegutscheine für die Reinigung von Schankanlagen bis hin zu Liquiditätsbeihilfen reiche die Palette. Es gehe darum, Solidarität mit der Branche zu zeigen. Was das Programm und der Stellenabbau gekostet haben, dazu äußert sich Bitburger ebenso wenig wie zum Gewinn.

Dahm sagte, der Preiskampf im Handel sei weniger dramatisch ausgefallen als befürchtet. Die Durchschnittspreise seien nur leicht gesunken, zudem habe die Kernmarke Bitburger ihren Marktanteil erstmals seit langem leicht gesteigert. Bitburger müsse anders als andere Braugruppen nicht um die Existenz bangen. Dahm will den Umbruch nutzen, um weitere Marken zu kaufen. Einen Ausblick auf 2021 wagte er nicht, die Prognose wäre sowieso bald hinfällig. Falls es im Herbst einen weiteren Lockdown gebe, dann könnten die Zahlen noch schlechter ausfallen als 2020.