Lebensmittel Zeitung INDUSTRIE Ausgabe 10 11. März 2022

Bitburger blickt bei Zukäufen auch ins Ausland

Braugruppe sondiert Akquisitionen – Härtere Gespräche mit dem Handel erwartet – Umsatz sinkt 2021

durch die steigenden Rohstoffkosten Verwerfungen im Markt und hält nach Übernahmekandidaten Ausschau. Die können auch aus dem Ausland kommen.

Die Prognose für das laufende Jahr fiel

Die Bitburger-Gruppe erwartet

Bitburger-Chef Axel Dahm bei der Vorlage der Bilanz für 2021 diese Woche sichtlich schwer. Auf der einen Seite ist da die schrittweise Aufhebung der Corona-Restriktionen in der Gastronomie, die eigentlich auch den Brauern helfen sollte. Aber ob die Menschen angesichts des Krieges in der Ukraine Lust haben, ausgelassen zu feiern? Da zeigte sich Dahm skeptisch, wenngleich er an einen positiven Effekt der Corona-Erleichterungen glaubt. Und dann sind da noch die direkten Folgen des Konflikts, die immensen Rohstoffpreissteigerungen - sie könnten noch viel weitreichen-

So erwartet Dahm angesichts massiv steigender Öl- und Gaspreise etwa Schwierigkeiten für Handelsmarken-Produzenten, die mit äußerst knappen Margen kalkulieren. "Manch ein Geschäftsmodell rechnet sich dann vielleicht nicht mehr, das kann zu Verwerfungen im Markt führen", sag-

te der Bitburger-Chef. Und auch die

Gespräche mit dem Handel werden in

den kommenden Jahren an Härte ge-

winnen, erwartet der Manager. Dafür

dere Folgen für den Biermarkt haben,

prognostizierte der Brauerei-Chef.

sorge die Kombination aus steigenden Kosten, wachsender Inflation und Verbrauchern, die perspektivisch weniger Geld in der Tasche hätten.

An einer möglichen Marktbereinigung will sich Bitburger als "aktiver Konsolidierer" beteiligen. Das gilt weniger für den Getränkefachgroßhandel, der in den vergangenen beiden Jahren durch die Corona-Pandemie stark gelitten hat. Vielmehr schaut Dahm auf Marken im In- und Ausland. Der Zukauf einer Produktion im Ausland sei nicht ausgeschlossen, stehe jedoch nicht im Fokus. "Wir sind eher marken- als standortgetrieben", sagte Dahm.

Eine Marke von globalem Rang hat Bitburger trotz eines regen Exportge-

> Eine Marke von globalem Rang hat Bitburger bislang nicht

schäfts, das im vergangenen Jahr um 13,3 Prozent wuchs, bislang nicht im Sortiment, wie auch Dahm einräumt. Aus dem Wachstumsmarkt Russland hat sich das Unternehmen mit Beginn des Krieges zurückgezogen, erklärte Exportchef Sebastian Ellies. Dafür liefen die Geschäfte auf dem US-Markt derzeit besonders gut.

Die Braugruppe traut sich trotz der schwierigen Umständen ein "ordentliches Wachstum" in diesem Jahr zu, sagte Dahm, der keine genaue Prognose abgeben will. Während die Marktanteile der Marke Bitburger im wichtigen Pils-Segment bei Umsatz (8,5 Prozent) und Absatz (7,7 Prozent) 2021 stabil geblieben sind, will die Braugruppe in diesem Jahr wieder Boden wett machen. "Wir haben die Marke von 8 Prozent beim Absatz-Marktanteil fest im Blick", sagte Dahmen. Für positive Impulse soll zudem eine neue, herbe Variante im Geschäft mit komplett alkoholfreiem 0,0-Bier sorgen, die Bitbur-

ger dieses Jahr auf den Markt bringt.

Im vergangenen Jahr sank der Umsatz unter dem Strich um 2,7 Prozent auf 634 Mio. Euro – ein Ergebnis, mit dem sich Dahm angesichts der Umstände dennoch zufrieden zeigte. Für das Minus sorgte nicht nur der monatelange Corona-Lockdown in der Gastronomie, sondern auch die Flutkatastrophe im Ahrtal, die das Stammgebiet der Brauerei getroffen hat und unter anderem für den Ausfall von

500 Gastronomie-Partnern der Braue- ₹

rei sorgte.

jh/lz 10-22 5