

Bitburger: Ohne Gastronomie ins Minus

Die Corona-Pandemie hat der Bitburger Braugruppe im vergangenen Jahr ein deutliches Minus beschert. Der Umsatz ging um zwölf Prozent auf 696 Millionen Euro zurück. Nur die sehr gute Entwicklung im Handel bringt einen positiven Aspekt in die Bilanz.

VON HERIBERT WASCHBÜSCH

BITBURG Das Corona-Jahr 2020 hat die Bitburger Braugruppe wie die gesamte Branche arg durcheinandergewirbelt. Keine Veranstaltungen, die Gastronomie im Lockdown, das hat Bitburger als Fassbiermarke Nummer eins und einem Anteil im Gastronomie- und Veranstaltungsgeschäft von rund 30 Prozent am Gesamtumsatz besonders hart getroffen. Doch Axel Dahm, Sprecher der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe, kann den letzten zwölf Monaten trotzdem etwas Gutes abgewinnen: „Es war ein schwe-

res Jahr, es geht uns nicht gut, aber wir schlagen uns ganz gut“, zog der Bit-Chef sein Resümee. Dabei ergänzte er, dass sich die Mitarbeiter keine Sorgen um ihre berufliche Zukunft machen müssten. Nachdem im vergangenen Herbst die Strukturen neu aufgestellt wurden und gruppenweit rund 130 der 1800 Stellen abgebaut wurden, müsse jetzt trotz der schwierigen Lage niemand mehr um seinen Job fürchten.

Der Grund für den verbleibenden Optimismus begründet die Braugruppe im Geschäft mit dem Handel. Denn während das Fassbiergeschäft eingebrochen ist, konnte Bitburger Pils 2020 im Handel seinen Umsatz-Marktanteil auf 8,3 Prozent (2019: 8,0 Prozent) weiter ausbauen. Die Marke Bitburger legte insgesamt um sechs Prozent zu. Die Weißbiermarke Benediktiner erzielte im Handelsgeschäft sogar einen Umsatzzuwachs von 40 Prozent. Und König Pilsner steuerte in diesem Segment noch ein Plus von einem Prozent bei. Auch sei die Preisentwicklung – trotz der Krise in der gesamten Branche – verhältnismäßig ausgefallen. Der Durchschnittspreis in der Branche für die Kiste Bier hätte sogar von 13,30 Euro auf 13,50 Euro



Axel Dahm, Sprecher der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe, berichtet von einem schwierigen Jahr.

FOTO: BITBURGER BRAUGRUPPE

gesteigert werden können. Doch die guten Ergebnisse im Handelsgeschäft hätten die gravierenden Verluste im Gastro- und Außer-Haus-Markt nicht annähernd ausgleichen können, erklärt Dahm. Im Fassbierbereich ging der Umsatz bei Bitburger um 50 Prozent zurück, bei König Pilsener um 49 Prozent und bei Benediktiner um 38 Prozent. Das hat dann auch das Gesamtgeschäft bei Bitburger (- acht Prozent), bei König Pilsener (- 19 Prozent) und bei Benediktiner (- elf Prozent) beeinflusst. Zur Braugruppe gehören neben Bit-

nigsbacher, Köstritzer, Licher und Nette. Darüber hinaus besteht eine Vertriebspartnerschaft mit Benediktiner Weißbräu.

Diesem Trend will die Braugruppe mit neuen Produkten entgegenwirken. Nachdem in den vergangenen beiden Jahren das Bitburger Winterbock bei den Kunden gut angekommen sei, legt die Brauerei nun das Bitburger Maibock auf. „Nach wie vor sehen wir ein großes Interesse beim Handel und den Verbrauchern an Spezialitäten, besonders dann, wenn sie sich qualitativ und geschmacklich wirklich von den her-

kömmlichen Angeboten unterscheiden“, erklärt Dahm.

Was aber der geplagten deutschen Bierbranche nur helfen könne, sei eine baldige Rückkehr der Gastronomie. „Wir hoffen, dass wir schnell wieder in Richtung Öffnungen kommen. Vor allem bei der Außengastronomie sollte das schnellstmöglich geschehen“, erhofft sich der Sprecher der Bitburger Braugruppe. Dennoch geht das Unternehmen sehr vorsichtig ins neue Jahr und rechnet mit einem ähnlichen Ergebnis wie 2020. „Die ersten sechs Wochen sind im Handel recht gut angelaufen“, so Dahm, doch je länger der Lockdown anhalte, umso dramatischer werde die Lage für die Veranstaltungswirtschaft, die Gastronomie und die Brauereien. Eine deutliche Verbesserung der Lage sei wohl erst für 2022 zu erwarten.

Ökologisch ist die Braugruppe trotz Krisenjahr ein gutes Stück vorangekommen: Seit Ende 2020 braut das Unternehmen als erste Brauereigruppe Deutschlands an allen vier Standorten klimaneutral.

Wie die Bitburger Brauerei Gastronomie im Lockdown unterstützt, lesen Sie morgen auf Wirtschaft in der Region.

Produktion dieser Seite:
Heribert Waschbüsch