



PRESSEMELDUNG

„Unsere Erwartungen wurden übertroffen“

Bitburger zieht positive Bilanz für die UEFA EURO 2024™

Bitburg / 18. Juli 2024. „Die UEFA EURO 2024™ hat für unsere Marke Bitburger unsere Erwartungen mehr als erfüllt“, bilanziert das Team der Geschäftsführung der Bitburger Braugruppe: „Als Gastronomiemarke Nr. 1 war es uns besonders wichtig, unseren Teil dazu beizutragen, Deutschland als erstklassiges Gastgeberland zu präsentieren. Unser Kampagnen-Motto ‚BITTE lasst uns feiern, was uns zusammenbringt‘ haben die vielen begeisterten Fans von nah und fern hervorragend umgesetzt.“ Bitburger war als nationaler Partner der UEFA EURO 2024™ während des Turniers in über 90 Großflächen vertreten, u.a. exklusiv in den zehn EM-Stadien, Hospitality-Bereichen sowie den jeweiligen Fan Zonen. Neben Bitburger Premium Pils und dem alkoholfreien Bitburger 0,0% Herb kamen auch die gruppeneigenen Marken Benediktiner Hell, König Pilsener und Köstritzer Schwarzbier in einzelnen Stadien und Fan Zonen zum Ausschank. Obgleich wetterbedingt Fan Zonen teils ganz geschlossen oder nur verkürzt geöffnet wurden, konnte Bitburger eine gute Nachfrage nach seinen Produkten verzeichnen. „Die Caterer und Gastropartner vor Ort haben durch die Bank einen super Job gemacht.“

Sehr zufrieden zeigt sich Vertriebs- und Marketinggeschäftsführer Sebastian Holtz auch mit dem EM-Geschäft bei den Partnern im Handel, wo Bitburger bereits vor der UEFA EURO 2024™ mit Zweitplatzierungen, Gewinnspielen und Promotions flächendeckend starke Präsenz zeigte. So konnten für Bitburger zwischen Mai und Juni in einem rückläufigen Markt teils zweistellige Markt- und Absatzgewinne realisiert werden. „Vor allem die enorme Resonanz und Nachfrage im Rahmen unserer Kronkorkenaktion haben diese Promotion für uns und unsere Partner zu einem echten Volltreffer gemacht“, freut sich Holtz. Highlights der zehn Millionen Gewinne waren natürlich die über 2.500 Tickets zu verschiedenen Spielen der UEFA EURO 2024™, 100 Teilnehmer konnten sich über insgesamt 50 x 2 Karten für das große Finale in Berlin freuen.



Die neue, aufmerksamkeitsstarke „BITTE“-Kampagne hat für eine große Markenpräsenz und Relevanz während der UEFA Euro 2024™ gesorgt. Genutzt wurden dabei alle relevanten Medialkanäle, um die Verbraucher entlang der gesamten Customer Journey zu begleiten. Neben dem TV-Spot setzte Bitburger u.a. mit Großflächenplakaten in allen Host Cities auf die Out-of-Home-Bereiche und mit einem digitalen Anteil von etwa 40 Prozent ganz gezielt auf Online-Video, Social Media inklusive Influencer-Aktivierungen, CGI-generierte Videos und Kooperationen mit Content Partnern.

„Die UEFA EURO 2024™ war für unser ganzes Unternehmen eine große Herausforderung, die alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter angenommen und hervorragend gemeistert haben“, unterstreicht Geschäftsführer und Gesellschafter Jan Niewodniczanski. „Unsere Teams in der Herstellung, Abfüllung und Logistik haben unsere Warenverfügbarkeit in Top-Qualität sichergestellt, es gab keinerlei Engpässe, auch nicht bei kurzfristigen Änderungswünschen. Parallel zu der Versorgung der Stadien und Fan Zonen haben wir eine Markenpräsenz von Bitburger von Hamburg bis München gewährleistet.“ Das Spiel mit dem höchsten Bierverkauf war das Eröffnungsspiel Deutschland gegen Schottland in der Münchener Arena „mit unglaublich sympathischen Fans aus Schottland“.

„Alle Beteiligten aus den verschiedensten Bereichen und Ressorts haben ihr Bestes gegeben und so dazu beigetragen, dass die EM für uns und auch unsere Partner ein voller Erfolg geworden ist, auf den wir alle stolz sein können“, fasst Geschäftsführer Personal und Recht Dr. Stefan Schmitz zusammen.

„Trotz der erfolgreichen Europameisterschaft sind wir mit Blick auf das laufende und kommende Geschäftsjahr nur verhalten optimistisch“, ergänzt Geschäftsführer Finanzen Markus Spanier. „Steigende Personalkosten, hohe Beschaffungspreise für Malz und Investitionsgüter stellen weiterhin eine enorme Belastung für die Branche und unsere Gruppe dar.“