



Krombacher

Jahresbericht 2021

Krombacher Gruppe mit erfreulich stabilem Ergebnis im zweiten Corona-Jahr

Krombach, 12.01.2022. Auch das zweite Jahr in der Corona-Pandemie hat seine Spuren in der gesamten Getränkeindustrie hinterlassen. Vorsicht und Abstand waren weiterhin ständige Begleiter im Alltag, die unbeschwerte Geselligkeit über viele Monate nicht wirklich zugelassen haben. Dies hatte auch entsprechende Auswirkungen auf das Ergebnis der Krombacher Gruppe: Über alle Marken wurde ein Gesamtausstoß von 7,335 Mio. hl erzielt (-0,9 %). Die Dachmarke musste dabei im Jahresvergleich leichte Verluste hinnehmen und landete bei 5,590 Mio. hl (-2,3 %), präsentierte sich im Branchenvergleich aber sehr stabil. Das Ergebnis von Schweppes war wiederum sehr erfreulich. Der Ausstoß der alkoholfreien Softdrink-Familie ist um rund 5 % auf 1,453 Mio. hl gewachsen. Ein wichtiger Treiber waren hier erneut die Zero-Varianten.

„Insgesamt blicken wir mit unserer Unternehmensgruppe auf ein zufriedenstellendes Geschäftsjahr zurück. Wir sind unseren Weg zu größerer Sorten- und Gebindevielfalt in unserem Portfolio konsequent weitergegangen. Insbesondere in diesen Zeiten zeigt sich, dass die Strategie der Diversifizierung uns unterstützt, die vielfältigen Wünsche und Bedürfnisse unserer Kund:innen bestmöglich zu bedienen“, beschreibt Uwe Riehs, Geschäftsführer Marketing, das Jahresergebnis.

Marktführer Krombacher präsentiert sich robust im Biersegment

Krombacher ist nach wie vor die unangefochtene Nr. 1 Biermarke in Deutschland. Die Verwender:innen schätzen vor allem die sehr hohe Qualität und die Angebotsvielfalt der Krombacher Produkte. Das große Zugpferd ist unverändert das Krombacher Pils, das 2021 auch wieder verstärkt in der Gastronomie und den internationalen Märkten konsumiert wurde. Insbesondere im Export (272.000 hl) sowie im Bereich Fassbier/Gastronomie (294.000 hl) konnte der Ausstoß unter den gegebenen Umständen in 2021 wieder angekurbelt werden. Zudem konnte Krombacher Pils weiter Marktanteile dazugewinnen.

Der insgesamt relativ unbeständige Sommer sorgte dafür, dass die so wichtige Saison in der Jahresmitte kein großer Absatztreiber für Brauereien gewesen ist. Dies wirkte sich insbesondere auf das Ergebnis beim Krombacher Radler aus. Wohingegen sich das erst Mitte 2020 eingeführte alkoholreduzierte Krombacher Limobier in seinem ersten vollständigen Jahr im Markt sehr gut positionieren konnte.

Die alkoholfreien Sorten von Krombacher entwickeln sich weiterhin sehr positiv und setzen wichtige Wachstumsimpulse für die Dachmarke. Insbesondere die Krombacher 0,0% Range konnte erneut wachsen. Immer mehr Menschen erfrischen sich mit den isotonischen Durstlöschern. Zudem konnte auch Deutschlands beliebteste Fassbrause neue Fans gewinnen. KROMBACHER'S FASSBRAUSE, das



Krombacher

Erfrischungsgetränk auf Malzbasis ganz ohne Alkohol, erreicht konstant zusätzliche Verwender:innen und überzeugt dabei mit Geschmack und Qualität. Die neue Sorte Vitamalz Sport war 2021 ebenfalls erstmalig das komplette Jahr verfügbar. Mit 30 % weniger Kalorien bietet die Variante eine erfrischende, weniger süße Alternative und führte weitere Verwender:innen an die Kultmarke Vitamalz.

Die Ergebnisse im Einzelnen:

Segment (in Tsd. hl)	2021	2020	in Tsd. hl	in %
Krombacher Pils	4.127	4.235	-108	-2,55
Krombacher Radler inkl. Limobier Alkoholfrei / o,0%	555	569	-14	-2,46
Krombacher Pils Alkoholfrei / o,0%	451	441	10	2,27
Krombacher Weizen inkl. Alkoholfrei / o,0%	150	174	-24	-13,79
Krombacher Hell	48	48	0	0
Krombacher Brautradition	74	78	-4	-5,13
KROMBACHER'S FASSBRAUSE	185	178	7	3,93
Krombacher Dachmarke	5.590	5.723	-133	-2,32
Vitalmalz inkl. Vitalmalz Sport	242	242	0	0
Sonstige Marken	50	54	-4	-7,41
Bier gesamt	5.882	6.019	-137	-2,28

Schweppes erzielt ein weiteres Rekordergebnis

Die Erfolgsgeschichte von Schweppes in Deutschland geht weiter. Trotz der widrigen Umstände aufgrund der Pandemie ist die Marke hierzulande so beliebt wie nie. Das beweist auch das Wachstum im vergangenen Jahr. Die Produkte der Marken Schweppes, Orangina und Dr Pepper, die seit 2006 durch die Krombacher Gruppe in Deutschland und Österreich vertrieben werden, erreichten 2021 insgesamt einen neuen Rekord-Ausstoß von 1,453 Mio. hl (+5 %). Dies entspricht einem Umsatz von 151,9 Mio. € (+4,8 %).

Die Marke Schweppes ist weiter auf Wachstumskurs und entwickelte sich 2021 deutlich besser als der Markt der alkoholfreien Getränke. Ein wesentlicher Faktor hierfür sind wiederum die zuckerfreien Zero-Varianten. Daneben sorgte die Einführung weiterer Mehrweg-Glas-Gebinde für zusätzliche Kaufimpulse. Eine besondere Spitzenposition nimmt zudem die Sorte Russian Wild Berry ein, die mittlerweile zur meistgekauften Schweppes-Sorte in Deutschland avanciert ist. Im Kernsegment der Tonic Water hat die Schweppes-Familie 2021 weiteren Zuwachs bekommen. Das neue Herbal Tonic Water konnte sich bereits



Krombacher

sehr gut im Markt etablieren und die Tonic-Kompetenz von Schweppes weiter ausbauen. Mit der zum Jahresende gestarteten neuen Markenkampagne „Let's Schweppes“ wurden zudem aufmerksamkeitsstarke Impulse im Markenauftritt gesetzt.

Den weiteren Vormarsch von Orangina konnte auch der wenig sonnige Sommer nicht aufhalten. Das Kultgetränk mit der ikonisch-bauchigen Flasche war 2021 wieder äußerst beliebt und erzielte sein bestes Jahresergebnis. Die sogenannte „Bulby-Bottle“ gab es neben der sehr erfolgreichen 0,5 Literflasche im vergangenen Jahr auch erstmalig im 1,0 Liter PET-Gebinde. Die Premium-Limonade mit echtem Fruchtfleisch gewinnt daher kontinuierlich neue Fans und erfrischt immer mehr Menschen in Deutschland und Österreich.

Der Marken-Claim „Schmeckt. Aber nicht jedem.“ verdeutlicht die außergewöhnliche Positionierung der ältesten Softdrink-Marke der Welt in Deutschland. Die Fanbase von Dr Pepper wird zudem immer größer. Insbesondere im Umfeld der American Football Community konnte sich die US-Kultmarke äußerst gut präsentieren und dadurch weiteres Wachstum generieren.

Der Vertrieb sowie die Vermarktung der Schweppes Deutschland Produkte wird in Teilen von der Drinks & More GmbH & Co. KG verantwortet, einer 100%igen Beteiligung der Krombacher Brauerei.

Die Ergebnisse im Einzelnen:

Segment (in Tsd. hl)	2021	2020	in Tsd. hl	in %
Schweppes	1.229	1.171	58	4,95
Orangina	133	126	7	5,56
Dr Pepper	86	80	6	7,5
Sonstige	5	7	-2	-28,57
Schweppes/Orangina/Dr Pepper	1.453	1.384	69	4,99

Umsatz der Krombacher Gruppe

Umsatz (in Mio. €)	2021	2020	in Mio. €	in %
Krombacher Dachmarke	647,7	658,2	-10,5	-1,6
Schweppes/Orangina/Dr Pepper	151,9	145,0	6,9	4,8
Vitamalz	19,0	19,0	0,0	0,0
Sonstige Marken	5,7	6,2	-0,7	-8,1
Krombacher Gruppe gesamt	824,3	828,4	-4,1	-0,5



Krombacher

Fokus auf Qualität, Produktvielfalt und Ausbau des alkoholfreien Angebots

„Unsere Marken haben sich auch im zweiten Corona-Jahr sehr gut behauptet. Wir erwarten für die erste Jahreshälfte ein herausforderndes Umfeld, gehen jedoch mit Zuversicht in das kommende Jahr. Denn unsere hohe Produktqualität, die breite Produktpalette und unser konsequenter Weg zu mehr alkoholfreien und alkoholreduzierten Produkten stärken nachhaltig unsere Position am Markt“, resümiert Uwe Riehs. So konnte auch im Jahr 2021 der Anteil an alkoholfreien Produkten am Gesamtausstoß der Krombacher Gruppe weiter erhöht werden, auf rund 38 %.

Auf das Geschäftsjahr 2022 blickt die Krombacher Gruppe deshalb mit Optimismus. „Mit unserem starken Sortiment stehen wir für vertraute Verwendungsanlässe in der Gastronomie, im Freundes- und Familienkreis wie auch auf Sportveranstaltungen bereit und freuen uns, zukünftig auch mit neuen Events, wie beispielsweise Musik-Festivals, Menschen mit unseren Marken zu begeistern“, führt Riehs aus. „Dabei gilt auch für 2022, sowohl unsere Verwender:innen als auch unsere Mitarbeiter:innen mitzunehmen, um gemeinsam zurück zur Normalität zu gelangen. Das betrifft insbesondere unsere gesellschaftliche Verantwortung, der wir auch im kommenden Jahr nachkommen werden.“

Krombacher unterstützt die Impfkampagne in Deutschland von Beginn an sehr aktiv. So wurde beispielsweise im Mai 2021 ein Impfzentrum in der Krombacher Brauerei errichtet. Bis heute konnten dort in Zusammenarbeit mit einer Hausarztpraxis aus Krombach über 17.000 Corona-Impfungen für die Mitarbeiter:innen der Krombacher Gruppe, deren Angehörigen sowie die Menschen aus Krombach und Umgebung durchgeführt werden.

Pressekontakt:

Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG

Peter Lemm, Unternehmenssprecher

Hagener Straße 261

57223 Kreuztal-Krombach

Mail: presse@krombacher.de

Tel.: + 49 (0) 2732 880 813

Twitter: @krombacher