

KOMPAKT

MHP Hotel AG setzt auf Team Beverage

KÜNTIG übernimmt Team Beverage Solutions die Belieferung von zunächst 8 Premium- und Luxushotels der Gruppe. Die Belieferung erfolgt über 6 regionale Getränkefachgroßhändler aus dem Netzwerk. *mh*

Hachenburger & Riedenburger wachsen gegen Branchentrend

SOWOHL das niederbayrische Riedenburger Brauhaus als auch die Westerwälder Hachenburger Brauerei melden ein Wachstum von 3 bzw. 4 Prozent im Jahr 2025. *mh*

Eichbaum-Insolvenz

DIE PRIVATBRAUEREI Eichbaum startete ihr Insolvenzverfahren in Eigenverantwortung. Das Gericht hält die angestrebte Sanierung für erreichbar. *mh*

Alpirsbacher macht Limo

DIE ALPIRSBACHER Klosterbrauerei setzt mit sechs Sorten nun auch auf Limonaden. Die neue Marke „Kloster-Limo“ umfasst Cola, Cola Zero und Cola-Mix sowie Orange, Zitrone und Apfelschorle. *mh*

YouGov-Studie

IMMER WENIGER Menschen kauften laut einer YouGov-Studie alkoholhaltige Getränke. Nur noch 68 Prozent gaben an, Alkohol zu trinken - 10 Prozentpunkte weniger als 2015. *pip*

Eine Flasche Wein weniger

DER WEINKONSUM in Deutschland sank nach Zahlen des Deutschen Weininstituts (DWI) von jährlich 22,2 auf 21,5 Liter pro Kopf. *pip*

Champagner-Absatz

DER GLOBALE Champagner-Absatz sank 2025 um 2 Prozent auf 266 Mio. Flaschen, laut Comité Champagne. *pip*

PERSONALIA

Der **Heineken-CEO Dolf van den Brink** tritt zum 31. Mai nach 6 Jahren an der Spitze zurück. Nun wird nach Unternehmensangaben ein Nachfolger gesucht. *mh*

Die **Berentzen-Vivaris** Vertriebs GmbH hat mit **Marcel Kühlem** einen neuen Sales Director On Trade gewinnen können. Die Vertriebstochter der Berentzen-Gruppe vermarktet sowohl die hauseigenen Spirituosen- als auch die AfG-Marken. *pip*

St. Nikolaus Kräuterspezialitäten erweitert das Führungsteam mit **Tobias Klocke** als Senior Director. *mh*

Die Volljuristin **Magdalini Gaitanoglou** verstärkt das gemeinsame Hauptstadtbüro der alkoholischen Spitzenverbände **Bundesverband Wein und Spirituosen International** (BWSI) und **Verband Deutscher Sektkellereien** (VDS). *pip*

Die **Deutsche Pfandsystem-Gesellschaft** hat mit **Marcus Rohde** einen neuen Vorsitzenden. Uwe Seiler geht in den Ruhestand. *pip*

Große Brauereien ziehen verhaltene Bilanz

KROMBACHER, VELTINS, WARSTEINER zeigen sich allesamt den schwierigen Umständen entsprechend zufrieden mit ihren Zahlen.

Weniger Minus als der Gesamtmarkt gilt aktuell bereits als Erfolgsmeldung bei den großen deutschen Brauereien.

Trotz eines historisch schwachen Biermarkts ziehen Deutschlands große Brauereigruppen für 2025 überwiegend verhalten positive bis stabile Bilanzen. Während der Gesamtmarkt laut Deutschem Brauerbund um -6,4 Prozent einbrach, konnten marktstarke Anbieter dank Portfoliobreite, Innovationen und alkoholfreier Sorten deutlich besser abschneiden.

Nur Veltins verzeichnet ein Gesamtplus

Veltins behauptete sich sogar gegen den Trend: Die Sauerländer steigerten ihren Ausstoß leicht auf 3,369 Mio. Hektoliter (+0,3%) und erhöhten den Umsatz auf 461 Mio. Euro (+0,4%). Als Wachstumstreiber zeigte sich vor allem die Marke Pilleken mit +13,6 Prozent, während alkoholfreie Produkte insgesamt um +10,4 Prozent zulegen. Damit wuchs Veltins deutlich über Markt- und Wettbewerbsniveau; der nationale Marktanteil stieg auf 6,6 Prozent.

Auch die Krombacher Gruppe bilanziert für 2025 stabil. Der

Mengenprimus meldet einen Gesamtausstoß von 7,553 Mio. Hektoliter (-0,2%). Die Dachmarke Krombacher entwickelte sich mit 5,702 Mio. Hektoliter (+0,5%) besser als der Markt, getragen insbesondere von alkoholfreien Varianten.

„Unsere Investitionen in ein breites Sortiment tragen Früchte.“

Dr. Volker Kuhl, Brauerei C. & A. Veltins

ten. Diese machen inzwischen rund 40 Prozent des Gesamtportfolios aus. Schwächer entwickelte sich dagegen das AfG-Geschäft rund um Filler-Marktführer Schweppes mit -1,8 Prozent beim Absatz.

Die Haus Cramer Gruppe mit der Kern-Marke Warsteiner meldet ebenfalls, im schwierigen Umfeld vergleichsweise glimpflich davongekommen zu sein. Während die Branche insgesamt -6,4 Prozent verlor, sank der Ab-

satz der Gruppe lediglich um -1,9 Prozent. Deutliche Zuwächse verzeichneten hingegen alkoholfreie Biere - etwa Warsteiner 0,0% mit +32,7 Prozent - sowie Helle und Naturradler. Zusätzlich legte das Exportgeschäft um +8,4 Prozent zu.

Alkoholfrei und Helles als Lichtblicke

Sortenvielfalt - insbesondere im alkoholfreien Bereich und beim Hellen - stehen bei den Investitionen der Brauereien auch 2026 im Vordergrund. „Unsere Investitionen in ein breites, verbraucherattraktives Sortiment tragen spürbare Früchte, denn die ergänzenden Marken können heute Mengeneinbußen im Stammgeschäft exzellent ausgleichen“, meint Veltins-Chef Dr. Volker Kuhl. Die großen Player der deutschen Brauwirtschaft kommen dank starker Marken, Innovationskraft und wachsender alkoholfreier Segmente besser durch die Absatzkrise als der Gesamtmarkt - bleiben angesichts der strukturellen Herausforderungen jedoch vorsichtig in ihrer Bewertung. *Tim Allgaier*

Team Beverage für Hoffmann

NEUE VERMARKTUNG für 120 Partnermärkte.

Team Beverage Einzelhandel übernimmt die Vermarktung von rund 120 Partnermärkten der Getränke Hoffmann Gruppe gegenüber der Industrie. Gleichzeitig erhalten diese Märkte nach eigenen Angaben künftig Zugriff auf das vollständige Leistungsportfolio der Team Beverage Einzelhandel GmbH. Silke Rösler, Vorstand der Team Beverage AG und verantwortlich für den Geschäftsbereich Einzelhandel: „Die Zusammenarbeit mit Getränke Hoffmann hat sich in der Praxis sehr schnell bewährt. Mit der Übernahme der Vermarktung schaffen wir klare Zuständigkeiten, erhöhen die Effizienz in der Marktbearbeitung und stellen den Partnermärkten alle relevanten Systeme und Dienstleistungen aus einer Hand zur Verfügung.“

„Die strategische Weiterentwicklung der Kooperation ist ein logischer Schritt. Team Beverage bringt große Erfahrung im Management und in der Vermarktung von Partnermärkten mit. Gleichzeitig bleibt Getränke Hoffmann der Spezialist im Bereich des Getränkefach Einzelhandels und führt auch weiterhin die Verkaufsgespräche für alle Getränkefachmärkte. So verbinden wir Stabilität mit zusätzlichem Entwicklungspotenzial für unsere Partner“, sagt Mario Benedikt, Geschäftsführer Getränke Hoffmann.

Mit dem nächsten Entwicklungsschritt soll die erfolgreiche Kooperation zwischen Team Beverage und Getränke Hoffmann weiter vertieft und klar strukturiert werden.

mh

„Keine roten Zahlen nötig“

HUESCH-Symposium: Chance für Brauereien + GFGH.

In seinem Vortrag „Restrukturierung von GFGH und Brauereien“ auf dem Huesch-Symposium am 23. April, stellt Gastgeber Bernd Huesch die Frage: „Müssen Absatzverluste bei Brauereien oder Getränkefachgroßhändlern sofort zu roten Zahlen führen?“ Huesch meint: „Nein!“ Auch wenn der Absatzverlust der deutschen Brauwirtschaft von 6,3 Prozent im ersten Halbjahr 2025 dramatisch ist. Was einem Rückgang von 2,62 Millionen Hektoliter Bier entspricht, also dem Ausstoß einer großen Brauerei. Viele Betriebe seien es nicht gewohnt, in degressiven Märkten zu operieren. Sie glauben, die Absatzverluste seien nur eine Delle und danach gehe es wieder wie gewohnt



aufwärts weiter. Dies sei ein Trugschluss. Alle Indikatoren wiesen darauf hin, dass es sich um einen langfristigen Abwärtstrend handelt. Es gibt auch eine gute Nachricht, laut Huesch: „Es muss nicht sein, dass in den dunklen Monaten des Jahres Verluste eingefahren werden, die in den hellen Monaten kaum noch aufzuholen sind und den Betrieben die Existenz kosten könnten.“ Wie es richtig funktioniert, verrät Bernd Huesch in seinem Impulsvortrag am 23. April auf dem Symposium in Köln. **Mehr Infos gibt es unter: www.huesch-symposium.de** *pip*

Fürstenberg bleibt Platzhirsch

Im Geschäftsjahr 2025 setzte die Fürstenberg Brauerei nach eigenem Bekunden auf die Weiterentwicklung ihrer Marke und ein Sortiment, das mit der Zeit geht. Fürstenberg habe sich eigenen Aussagen zufolge mit erstklassigen Produkten und einer starken Teamleistung als Marktführer im Süden Baden-Württembergs behauptet. Konkrete Zahlen, Daten und Fakten über die wirtschaftliche Geschäftsentwicklung gab die Brauerei nicht bekannt.

„Fürstenberg ist das Bier des Südens“, resümiert Brauereichef Georg Schwende anlässlich der Entwicklung der Marktanteile im Hauptabsatzgebiet Baden-Württemberg. In der regionalen Verbundenheit sieht er weiteres Entwicklungspotenzial. Dazu passe das starke Engagement der Brauerei für die Kultur, das Brauchtum und die Vereine in der Region, betont die Traditionsbrauerei, die mehrheitlich der Paulaner Brauerei Gruppe angehört. Der Ausblick für 2026 fällt „verhalten optimistisch“ aus. *pip*

Schneider Weisse erweitert Portfolio

Die Brauerei G. Schneider & Sohn aus Kelheim und die Brauerei Bischofshof, die schon länger im Rahmen einer Lohnbrauvereinbarung miteinander arbeiten, planen, ihre Geschäftsaktivitäten neu zu ordnen. So soll Schneider Weisse ab dem 1. Januar 2027 die Rechte von der Brauerei Bischofshof an den Marken „Bischofshof“ und „Weltenburger“ erwerben. Über den Kaufpreis haben die Vertragspartner Stillschweigen vereinbart.

Schneider Weisse wird mit der avisierten Übernahme der beiden Biermarken nachzeitigem Stand auch die Klosterbrauerei Weltenburg inklusive Logistik mit insgesamt 21 Mitarbeitern fortführen. Die Produktion aller Marken soll mittelfristig komplett am Stammsitz in Kelheim und in der Klosterbrauerei Weltenburg stattfinden. Die Brauerei Bischofshof mit ihrem Standort in Regensburg, an dem derzeit 56 Mitarbeiter beschäftigt sind, soll zum 31. Dezember 2026 geschlossen werden. *mh*

Brauhaus Leikeim meldet Insolvenz

Das Brauhaus Altenkunstadt Andreas Leikeim hat nach der GZ offiziell vorliegenden Informationen einen Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung gestellt. Mit diesem Schritt will das fränkische Familienunternehmen die Grundlage schaffen, sich neu zu strukturieren und den Fortbestand des Unternehmens zu sichern. „Der Antrag war erforderlich, da das Unternehmen infolge der deutlichen negativen Absatz- und Umsatzentwicklung der vergangenen Jahre in einen Liquiditätseingpass geraten ist“, erklärt Geschäftsführer Andreas Leikeim.

„Ziel des Verfahrens ist die Neuausrichtung des Unternehmens mit Blick auf die veränderten Marktbefürnisse sowie die Rückgewinnung des Vertrauens von Endverbraucher, Geschäftskunden und Lieferanten“, erklärt Rechtsanwalt Gunther Neef von der Kanzlei Neef Schwarz + Kollegen GmbH aus Hof, der als Generalbevollmächtigter die Geschäftsleitung unterstützen soll. *pip*

Fritz-Kola rollt die Dose aus

Nach einem Pilot-Test im Hamburger Kernmarkt möchte der Erfrischungsgetränkehersteller im Laufe des 2. Quartals mit bis zu fünf Sorten des Portfolios deutschlandweit in der 0,33-Liter-Dose in den relevanten Verkaufskanälen starten.

„Die sehr guten Verkaufszahlen und Rückmeldungen haben uns bestätigt, dass die Dose als zusätzliches Gebinde funktioniert - gerade dort, wo Glasmehrweg an seine Grenzen stößt“, meint Geschäftsführer Florian Weins.

Kritik kommt derweil etwa von der Deutschen Umwelthilfe, die den Umstieg auf die Dose als „falsch und unnötig“ bezeichnete. Fritz-Kola schwört nach eigenen Angaben immer noch auf Glasmehrweg. Dies beinhaltet weitere Investitionen in moderne Mehrweganlagen und die wiederholte Forderung nach höheren Pfandsätzen auf Glasflaschen, um die Rückführung und den Erhalt des Mehrwegsystems langfristig zu sichern.

pip

Winkels richtet Vertrieb neu aus

Wie die Winkels-Gruppe mitteilt, übernimmt Heiko Ursprung ab sofort die Gesamtverantwortung des Vertriebs. Dieter Hamel, bislang Geschäftsführer Vertrieb LEH und Einkauf, übergibt seine Verantwortungsbereiche an Ursprung.

Ursprung verantwortete bisher als Geschäftsführer Vertrieb die Bereiche GFGH, Gastronomie und Innendienst. Nun also zeichnet er gesamtverantwortlich.

Mit dieser Entscheidung möchte Winkels nach eigenem Bekunden eine „klare strategische Neuausrichtung“ des Vertriebs initiieren, die es ermöglichen soll, schneller, näher und lösungsorientierter am Kunden zu agieren. Laut Unternehmen sehe man in dieser Entscheidung einen wichtigen Schritt, um die Winkels-Gruppe zukunftssicher aufzustellen.

Hamel wird nach 28-jähriger Tätigkeit das Unternehmen verlassen und sich einer „neuen Verantwortung“ stellen, wie es unternehmensseitig heißt.

pip