



# Krombacher

Jahresbericht 2022

## **Starkes Ergebnis in schwierigen Zeiten: Krombacher Gruppe wächst um rund 300.000 hl**

**Krombach, 18.01.2023.** Die Krombacher Gruppe konnte 2022 trotz aller aktueller Herausforderungen ein positives Ergebnis erzielen. Der Gesamtausstoß betrug 7,632 Mio. Hektoliter (hl), ein Plus von 4 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Dachmarke Krombacher entwickelte sich dabei 2022 sehr positiv. Ein Ausstoß von 5,756 Mio. hl bedeutete einen Zuwachs von 3 %. Und auch die Erfolgsgeschichte des Markenverbunds um Schweppes wurde fortgeschrieben. Dieser Geschäftsbereich der alkoholfreien Getränke erreichte die Ausstoßmarke von 1,591 Mio. hl (+9,5 %) und hat damit seit der Übernahme der Marken- und Vertriebsrechte in Deutschland und Österreich durch die Krombacher Gruppe 2006 jedes Jahr ein kontinuierliches Wachstum verzeichnen können.

„2022 war ein Jahr der größten Unsicherheit. Der brutale Angriffskrieg in der Ukraine, die daraus resultierende Energiekrise, rasant steigende Rohstoff-, Verpackungs- und Energiekosten und die andauernden Auswirkungen der Pandemie haben unsere gesamte Gesellschaft vor riesige Herausforderungen gestellt. Wir sind sehr froh, dass wir bisher bestmöglich durch diese schwierigen Zeiten navigieren konnten. Wichtige Faktoren für unser sehr gutes Ergebnis sind sowohl unsere starken Marken als auch der weitere Ausbau unserer Sortenvielfalt und das hohe Engagement unserer Mitarbeiter:innen“, kommentiert Uwe Riehs, Geschäftsführer Marketing, das Geschäftsjahr 2022.

## **Krombacher baut Marktführerschaft im Biersegment kontinuierlich aus**

Von der Rückkehr des Fest- und Veranstaltungsgeschäftes, dem Aufschwung der Gastronomie und einem guten Sommer konnte der Marktführer Krombacher 2022 deutlich profitieren. Auch im Handel wurden die Marktanteile gesteigert, sodass Krombacher seine Position als beliebteste deutsche Biermarke weiter gefestigt und ausgebaut hat. Besonders bemerkenswert war die Entwicklung im Bereich Fassbier/Gastronomie. Hier wurde das Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt (590.000 hl). Im Export sind durch die bewusste Entscheidung, den russischen Markt nicht zu beliefern, im Vergleich zum Vorjahr rund 60.000 hl weggefallen. Trotzdem zeigte sich das Auslandsgeschäft stabil (254.000 hl).

Krombacher Pils ist weiterhin das Lieblingsbier der Menschen in Deutschland. Durch die Präsenz auf Musikfestivals und dem starken Zugewinn an neuen gastronomischen Objekten kamen 2022 zudem viele neue Verwender:innen in den Genuss des Premiumbieres aus dem Siegerland.

Auch dank des konsequenten Ausbaus der eigenen Sortenvielfalt gelingt es Krombacher, kontinuierlich neue Menschen zu begeistern und an sich zu binden. Neben der anhaltenden Stärke des alkoholfreien Produktportfolios um Krombacher Alkoholfrei und Krombacher 0,0% haben sich die „zitronigen“



# Krombacher

Neuheiten sofort im Markt etabliert. Das Krombacher NaturRadler hat seit der Einführung im Frühjahr 2022 einen absoluten Erfolgsweg eingeschlagen. Und auch das innovative, alkoholreduzierte Krombacher Radler zuckerfrei und Krombacher's Fassbrause Zitrone naturtrüb konnten bereits viele Fans für sich gewinnen. Beide Neuheiten wurden erst kürzlich vom Fachmagazin „Lebensmittel Praxis“ in den Kategorien „Bier“ und „Alkoholfreie Getränke“ als „Produkte des Jahres“ ausgezeichnet.

Die Ergebnisse im Einzelnen:

Segment (in Tsd. hl)	2022	2021	in Tsd. hl	in %
Krombacher Pils	4.295	4.127	168	4,1
Krombacher Radler inkl. Limobier / Alkoholfrei / o,0%	572	555	17	3,1
Krombacher Pils Alkoholfrei / o,0%	450	451	-1	-0,2
Krombacher Weizen inkl. Alkoholfrei / o,0%	150	150	0	0
Krombacher Hell	33	48	-15	-31,3
Krombacher Brautradition	58	74	-16	-21,6
Krombacher's Fassbrause	198	185	13	7,0
<b>Krombacher Dachmarke</b>	<b>5.756</b>	<b>5.590</b>	<b>166</b>	<b>3,0</b>
Vitalmalz inkl. Vitalmalz Sport	224	242	-18	-7,4
Sonstige Marken	61	50	11	22
<b>Bier gesamt</b>	<b>6.041</b>	<b>5.882</b>	<b>159</b>	<b>2,7</b>

## Schweppes weiterhin auf Wachstumskurs

Auch von Krisensituationen lässt sich Schweppes in Deutschland nicht beirren. 2022 setzte die Marke ihren Erfolgsweg weiter fort und erzielte erneut einen Ausstoßrekord. Die Marken Schweppes, Orangina und Dr Pepper, die durch die Krombacher Gruppe in Deutschland und Österreich vertrieben werden, steigerten ihren Ausstoß auf 1,591 Mio. hl.

Dabei konnten alle klassischen Tonic-Sorten des Tonic-Pioniers Schweppes ein Wachstum verzeichnen. Besonders stark hat sich wiederum Schweppes Original Wild Berry entwickelt. Die Sorte gehört mittlerweile zu den absatzstärksten Produkten von Schweppes. Und auch die „Neulinge“ in der Schweppes-Familie feierten 2022 eine tolle Premiere. Das neue Schweppes White Peach hat sich auf Anhieb sowohl in der Barszene als auch für den Genuss zuhause einen festen Platz erkämpft und ist die erfolgreichste Neueinführung von Schweppes seit die Marken- und Vertriebsrechte bei Krombacher liegen. Insbesondere im Mix, z. B. als White Peach Spritz, wurde die fruchtige Bitterlimonade im Sommer sowie in den vergangenen Festtagen immer wieder gerne getrunken. Und auch der zweite Neuzugang von Schweppes



# Krombacher

konnte überzeugen. Schweppes Virgin Mojito sorgte als alkoholfreie Cocktail-Erfrischung für karibische Urlaubsstimmung bei den Verwender:innen.

Ein sensationelles Jahr legte auch Orangina hin. Passend zu den lange angenehmen Temperaturen brachte das Kultgetränk mit der ikonisch-bauchigen Flasche entspanntes Sommerflair in die Gastronomie und die eigenen vier Wände. Im Bereich der Premium-Limonaden hat Orangina weiter zulegen können und die Top-Position fest im Blick. Bereits seit vielen Jahren entwickelt sich das kultige Erfrischungsgetränk mit der „Bulby“-Flasche zu einem absoluten Top-Player im Limonadensegment in Deutschland. 2022 wurde das Sortiment zudem um Orangina Zero in der 0,5 Liter PET-Flasche ergänzt. Mit der neuen zuckerfreien Variante konnten weitere Verwender:innen von der erfrischenden Premium-Limonade überzeugt werden.

„Schmeckt. Aber nicht jedem.“ – aber immer mehr Menschen in Deutschland! Dr Pepper ist bei uns mittlerweile kein Geheimtipp mehr, sondern hat sich eine feste Fanbasis erarbeitet, die kontinuierlich wächst. Unter anderem mit neuen Line-Extendern wie Dr Pepper Vanilla Float oder einer Limited Edition zu Halloween und einem modernen Re-Design setzte eine der ältesten Softdrink-Marken der Welt neue Akzente in den Supermarktregalen. Mit Erfolg!

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)	2022	2021	in Tsd. hl	in %
Schweppes	1.327	1.229	98	8,0
Orangina	158	133	25	18,8
Dr Pepper	102	86	16	18,6
Sonstige	4	5	-1	-20
<b>Schweppes / Orangina / Dr Pepper</b>	<b>1.591</b>	<b>1.453</b>	<b>138</b>	<b>9,5</b>

## Umsatz der Krombacher Gruppe

Umsatz (in Mio. €)	2022	2021	in Mio. €	in %
Krombacher Dachmarke	693,9	647,7	46,2	7,1
Schweppes / Orangina / Dr Pepper	172,4	151,9	20,5	13,5
Vitalmalz	18,8	19	-0,2	-1,1
Sonstige Marken	7,2	5,7	1,5	26,3
<b>Krombacher Gruppe gesamt</b>	<b>892,3</b>	<b>824,3</b>	<b>68</b>	<b>8,3</b>



# Krombacher

## **Ausblick 2023: Mit starken Marken und hoher Produktqualität gegen die drohende Rezession**

„Das vergangene Jahr war ein gutes für die Krombacher Gruppe. Die Menschen konnten endlich wieder etwas unbeschwerter die Gastronomie besuchen oder bei Festveranstaltungen mit einem Krombacher feiern. Natürlich hat uns auch der lange Sommer gutgetan“, zieht Uwe Riehs ein Fazit. „Wir wissen aber sehr wohl auch um die Ängste und Sorgen, die der Krieg in der Ukraine und die drohende Rezession bei den Menschen ausgelöst haben. Die Auswirkungen des Krieges spüren natürlich auch wir bereits seit Monaten deutlich, etwa in der Beschaffung unserer Rohwaren, unserer Verpackungen oder auch bei den explodierenden Energiekosten.“

Für das Jahr 2023 bereitet sich die Krombacher Gruppe daher auf ein nochmal verschärftes Marktumfeld vor. „Die Herausforderungen einer drohenden Rezession betreffen alle Marktteilnehmer gleichermaßen. Wir wissen um unsere Stärken, die wir auch in diesem Jahr wieder voll ausspielen werden. Starke Marken, große Sortenvielfalt, eine hohe Produktqualität und sehr viele hoch engagierte Menschen in unserem Unternehmen sind die beste Voraussetzung, um gut durch ein wahrscheinlich sehr herausforderndes Jahr 2023 zu kommen“, so Riehs weiter.

Ein Marken-Highlight für 2023 hat die Krombacher Gruppe bereits vor wenigen Wochen angekündigt. Ab dem Frühjahr wird der Cola-Orange Mix „Krombacher Spezi“ das starke alkoholfreie Sortiment ergänzen. Zu diesem Zweck ist Krombacher eine langfristige Partnerschaft mit dem Augsburger Brauhaus Riegele als Lizenzgeber der „Spezi“-Markenrechte eingegangen. Und auch ein neues Hellbier von Krombacher geht 2023 an den Start. EINS Hell wird ab März in der 0,33 Liter Euro-Flasche zunächst in Nordrhein-Westfalen in Handel und Gastronomie verfügbar sein.

### **Pressekontakt:**

Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG  
Peter Lemm, Unternehmenssprecher  
Hagener Straße 261  
57223 Kreuztal-Krombach  
Mail: [presse@krombacher.de](mailto:presse@krombacher.de)  
Tel.: + 49 (0) 2732 880 813