



PRESSEINFORMATION

Hauptversammlung 2020

Allgäuer Brauhaus für die Zeit „nach Corona“ gerüstet

- **Jahresprognose 2020 im Zeichen der Pandemie**
- **Erfolgreiche Entwicklung der Vorjahre hält Traditionsbrauerei auf Kurs**
- **Investitionsprojekt zur Sicherung der Lieferfähigkeit im Plan**

Allgäu, 18. November 2020. „Bier braucht Geselligkeit“, heißt es gerne. Doch die Corona-Krise gibt Geselligkeit wenig Chancen. Das macht auch den mehr als 1.500 Brauereien in Deutschland schwer zu schaffen. Davon ist das Allgäuer Brauhaus nicht ausgenommen, wie sich auf seiner (erstmalig digital abgehaltenen) Hauptversammlung zeigt. Konnte die Aktiengesellschaft ihr Geschäftsjahr 2019 wieder einmal mit einem überaus positiven Ergebnis abschließen, erlebt sie angesichts massiver Marktumbrüche nun eine Zäsur ihrer Entwicklung.

Der „Lockdown light“ als Wellenbrecher der Corona-Pandemie sei für das Gastgewerbe, die Hotellerie und den Veranstaltungsbereich schwere Kost, weiß Allgäuer Brauhaus-Vorstand Heinz Christ: „Wir erleben einen Domino-Effekt: Schließungen, Absagen und Verbote treffen nicht nur Gastgeber und Veranstalter, sondern auch ihre vielen Partner – und damit Brauereien wie uns.“

Brauwirtschaft schwer getroffen

Erschwerend kommt hinzu, dass die Brauer nicht auf Nachhol-Effekte hoffen können: Während Verbraucher ihre geplanten Anschaffungen vielleicht einfach nur später tätigen, bleibt das jetzt nicht im Gasthaus oder bei einer Feier konsumierte Bier unaufholbar verloren. „Das hat dramatische Auswirkungen auf die Brauwirtschaft. Für das Gesamtjahr rechnen die deutschen Brauer mit deutlichen Absatz- und Umsatzeinbrüchen, im Gastronomiebereich sogar im prozentual zweistelligen Bereich“, so Heinz Christ.

Maßnahmen stützen richtigen Kurs

Das Allgäuer Brauhaus steuere dank verschiedener Maßnahmen dennoch bisher ordentlich durch die Krise, berichtet der Vorstand. So wurden Kurzarbeit für Teilbereiche angemeldet, Budgets eingefroren und Ausgaben auf ein Minimum reduziert, während nochmals erhöhte Sicherheits- und Hygienemaßnahmen die Lieferfähigkeit sicherstellen konnten. Heinz Christ: „Auch wenn die ordentliche Nachfrage im Handel unsere Verluste im Gastgewerbe und Veranstaltungsbereich nicht kompensieren konnte, so konnten wir beim Absatz bis Ende August 2020 um plus 2,5 Prozent zulegen, während der deutsche Biermarkt um minus 5,1 Prozent nachgab und die bayerischen Brauer minus 4,2 Prozent verloren.“



Leichtes Absatzplus geplant

Diese Entwicklung resultiert vor allem aus der ungebrochenen Nachfrage nach den Allgäuer Büble Bieren, deren Absatz per Ende August 2020 bei Fassbier zwar um minus 32,8 Prozent schrumpfte, jedoch im Handel um plus 16,2 Prozent zulegen. Unter dem Strich blieb ein Plus von 6,6 Prozent. Zweiter Wachstumsbringer ist das erst in diesem Frühjahr eingeführte Oberdorfer Helles in der Euroflasche, das schon per Ende August 2020 die 10.000-Hektoliter-Schwelle überschritt. Währenddessen hinterließen die Allgäuer Traditionsmarken und das Exportgeschäft deutliche Absatzverluste. Heinz Christ: „Das laufende Jahr wollen wir trotzdem mit einem leichten Absatzplus im Vergleich zum Vorjahr abschließen und ein positives Betriebsergebnis erwirtschaften.“

Bilanzgewinn fließt in Rücklagen

Ein anspruchsvolles Ziel angesichts der bisher ungekannten Herausforderungen – und doch eine Zäsur im Vergleich zum erneut überdurchschnittlichen Vorjahresergebnis. Während das Allgäuer Brauhaus im Jahr 2019 seinen Inlandsabsatz um 4,7 Prozent steigerte, mussten die deutschen Brauer einen Rückgang von minus 1,1 Prozent verkraften. Unter dem Strich verblieb ein Bilanzgewinn von rund 1,24 Millionen Euro – ein Plus von rund 304.000 Euro gegenüber dem Vorjahr. Mit Zustimmung der Aktionäre wird der Gewinn nun in voller Höhe in die Rücklage eingestellt, um die Ergebnisrisiken infolge der Corona-Pandemie abzufedern.

Neuer Aufsichtsratsvorsitzender

Ebenfalls Zustimmung bekam der Sprecher der Geschäftsführung der Radeberger Gruppe, Guido Mockel. Nachdem sein Vorgänger, Dr. Niels Lorenz, im April 2020 in den Beirat der Unternehmensgruppe gewechselt war, stand sein Amt als Aufsichtsratsvorsitzender der Allgäuer Traditionsbrauerei ebenfalls zur Disposition. Mit Guido Mockel wählten die Aktionäre nun einen Nachfolger, der die Branche, die Radeberger Gruppe und das Allgäuer Brauhaus aus verschiedenen Führungspositionen in Vertrieb, Marketing sowie seit dem Jahr 2019 als Mitglied der Geschäftsführung des Biermarktführer bestens kennt. Auf den 49-Jährigen entfielen 99,97 Prozent Ja-Stimmen.

Großinvestition im Heimatmarkt

Die Agenda von Aufsichtsrat und Vorstand ist für die kommenden Wochen und Monate bereits gut gefüllt. „Denn es gibt eine Zeit ‚nach Corona‘“, gibt sich Heinz Christ überzeugt. „Daher investieren wir derzeit rund 16 Millionen Euro in eine zweite, effiziente und ressourcenschonende Abfülllinie für Bügelflaschen, um unsere Lieferfähigkeit selbst bei saisonalen Spitzen durchgehend abzusichern und damit unsere Zukunftsfähigkeit zu erhalten.“ Der offizielle Spatenstich war im September, das Bauvorhaben einschließlich einer neuen Halle soll bis zum Sommer 2021 abgeschlossen sein.



Allgäuer Brauhaus Hauptversammlung mit Vorstand Heinz Christ, dem bisherigen Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Niels Lorenz und Aufsichtsratsmitglied Christian Schütz (v. r.).



Der neue Aufsichtsratsvorsitzende Guido Mockel mit Vorstand Heinz Christ (v l.).

Allgäuer Brauhaus – Brautradition aus Kempten

Ausgewählte Zutaten, das Können der Braumeister und das Wissen aus einer mehr als 600-jährigen Brautradition lassen die Biere aus dem Allgäuer Brauhaus zu etwas Besonderem werden. Mit einem klaren Bekenntnis zur Heimat steht die Traditionsbrauerei für Genuss, Emotion und Erlebnis in einer der schönsten Regionen Deutschlands. Bügelspezialitäten wie die Allgäuer Büble Biere oder Urtyp Export, den Klassiker Teutsch Pils sowie Oberdorfer Helles in Euroflaschen umfasst das Sortiment. Eines haben sie jedoch alle gemeinsam: Wann immer sich Menschen für eine Spezialität aus dem Allgäuer Brauhaus entscheiden, sie haben in jedem Fall ein Bier von bester Qualität, nach überlieferter Rezeptur und gebraut mit ausgewählten Zutaten nach dem Reinheitsgebot in der Hand.



Ansprechpartner/in für die Presse:

Allgäuer Brauhaus AG

Karin Siegert

Marketing/PR

Telefon: (0 83 42) 96 47 235

E-Mail: karin.siegert@allgaeuer-brauhaus.de