
Anheuser-Busch InBev: Zweistelliges Umsatz- und Gewinnwachstum im ersten Quartal 2023

Erfolgreicher Jahresauftakt dank konsequenter Umsetzung der Strategie

[Bremen, 05.05.2023] Michael Doukeris, CEO von Anheuser-Busch InBev, blickt hochzufrieden auf den Jahresstart: „Unsere Geschäftsdynamik hat sich in diesem Quartal fortgesetzt, mit einem Umsatzzanstieg von 13,2 Prozent durch eine Kombination aus Volumen- und Umsatzwachstum pro Hektoliter und einem EBITDA-Anstieg von 13,6 Prozent. Wir investieren weiterhin langfristig. Diese Ergebnisse stärken unser Vertrauen in die Widerstandsfähigkeit der Bierkategorie. Sie zeigen auf, wie effektiv unsere Strategie und wie stark unsere Geschäftsgrundlage ist, um beständiges profitables Wachstum zu erzielen.“

Das globale Umsatzwachstum resultiert aus einer Mischung aus 0,9 Prozent Volumen- und 12,4 Prozent Umsatzwachstum pro Hektoliter – forciert unter anderem durch effiziente Preisgestaltung und eine fortgesetzte Premiumisierung. Trotz des erwarteten Gegenwinds bei den Rohstoffpreisen, steigender Vertriebskosten und Investitionen in die Marken konnte das EBITDA um 13,6 Prozent mit einer Margen-Expansion von 13 Basispunkten gesteigert werden.

Der bereinigte USD-Gewinn pro Aktie stieg um 8,7 Prozent. Beim Gesamtumsatz konnte ein Plus von 0,9 Prozent erzielt werden, wobei der Absatz von Bier aus eigener Produktion um 0,4 Prozent und der von anderen Produkten um 3,6 Prozent zunahm. Bei globalen Marken wie Corona und Stella Artois betrug der Anstieg des Gesamtumsatzes außerhalb der jeweiligen Heimatmärkte 15,4 Prozent. Rund 62 Prozent des Umsatzes erfolgte bei Anheuser-Busch InBev durch digitale B2B-Plattformen; rund 3,1 Millionen nutzen monatlich aktiv die Plattform BEES.

In Deutschland präsentierte Anheuser-Busch InBev mit Beck's Autonomous zum 150-jährigen Jubiläum der Traditionsmarke Beck's das erste Bier, das in Deutschland mittels Künstlicher Intelligenz entwickelt wurde, von der Rezeptur über den Namen bis zum Verpackungs- und Logo-Design. In Deutschland gehört Helles zu den wachsenden Segmenten – dem wird Rechnung getragen: Das Original Spaten Münchner Hell kommt zusätzlich zur Halbliterflasche in der 0,33-Liter-Version im Sixpack auf den Markt, um insbesondere jüngere Zielgruppen verstärkt anzusprechen. Neu ist zudem die PerfectDraft 6-Liter-Fass-Version der traditionsreichen Marke.

Für ein Höchstmaß an Transparenz sorgte Anheuser-Busch InBev im Frühjahr mit der Veröffentlichung des Environmental, Social und Governance (ESG) Report. Positives Feedback erhielten auch die Brauerinnen und Brauer von Hasseröder für ihr soziales Engagement: Sie spendeten insgesamt 5.700 Euro für die „Wärmestube“, eine ökumenische Einrichtung für Hilfsbedürftige am Standort der Brauerei in Wernigerode. Hoch hinaus ging es öffentlichkeitswirksam mit Corona Extra: Die globale Lifestyle-Premiummarke lud ein zur Corona Natural Ice Bar auf die legendäre Zugspitze. Deutschlands höchster Berg war auf 2.600 Metern Standort der ersten Bar dieser Art in Europa und zu 100

Prozent aus Schnee konstruiert. Noch weiter südlich gibt es positive Nachrichten aus Österreich: Dort wurde Corona in der nachhaltigeren Mehrwegflasche auf den Markt gebracht.

Anheuser-Busch InBev Deutschland

Anheuser-Busch InBev Deutschland (Beck's, Corona, Spaten) mit Hauptsitz in Bremen ist ein Tochterunternehmen des weltweit führenden Braukonzerns Anheuser-Busch InBev und ist im deutschen Biermarkt der zweitgrößte Brauereikonzern. Das Unternehmen beschäftigt in Deutschland an vier Standorten rund 2.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ansprechpartner Medien

Fried-Heye Allers | Public Affairs Manager Germany | Anheuser-Busch InBev |
T: +49 (0)151 204 316 03 | M: friedheye.allers@ab-inbev.com