

---

## **Anheuser-Busch InBev erzielt Rekordumsatz im Geschäftsjahr 2023**

**Die anhaltende globale Dynamik führt zu starkem Ergebnis im vergangenen Jahr, trotz Kompensationen im US-Geschäft**

**[Bremen, 29.02.2024] „Unsere Ergebnisse sind ein Beweis für die Stärke der Bierkategorie, die Widerstandsfähigkeit unseres Unternehmens und unserer Mitarbeiter, die konsequente Umsetzung unserer replizierbaren Wachstumstreiber und unser unerschütterliches Engagement für langfristiges Wachstum und Wertschöpfung“, erklärt Michel Doukeris, CEO von AB InBev, das gute Ergebnis.**

AB InBev konnte global im vergangenen Jahr erneut kontinuierliches, profitables Wachstum erzielen, mit einem Umsatzzanstieg von 7,8 Prozent und einem EBITDA-Wachstum von 7,0 Prozent. Die Ergebnisse stehen mit den mittelfristigen Wachstumsambitionen und dem Ausblick für das Jahr im Einklang, trotz Schwankungen im US-Geschäft.

Die strategischen Entscheidungen in Bezug auf Umsatzmanagement und Ressourcenallokation bereiteten den Weg für das breit angelegte Wachstum mit Umsatz- und Gewinnsteigerungen in vier der fünf Betriebsregionen. Durch fortlaufende Premiumisierung und darüber hinaus gehende Umsatzmanagement-Initiativen konnte der Umsatz pro Hektoliter um fast 10 Prozent (genau 9,9 Prozent) gesteigert werden. Insgesamt waren die Volumina um 1,7 Prozent rückläufig, weil dem Wachstum in den Schwellen- und Entwicklungsmärkten von AB InBev eine Abschwächung in den USA und Europa gegenüberstand.

AB InBev konzentrierte seine Investitionen auf die Megamarken im Portfolio, die den Großteil des Wachstums antreiben, da sie von Verbrauchern geliebt werden und Menschen zusammenbringen. Im Markenportfolio befinden sich laut Kantar BrandZ 7 der 10 wertvollsten Biermarken der Welt und 20 ikonische Biermarken mit einem Umsatz von einer Milliarde US-Dollar. Kooperationen dieser wertvollen Marken mit Mega-Plattformen wie den Olympischen Spielen, der FIFA Weltmeisterschaft, der Copa America sowie NFL, UFC und NBA, den Festivals Lollapalooza und Tomorrowland positionieren AB InBev in einem einzigartigen Umfeld und unterstreichen deren Fähigkeit, die Kategorie zu führen und darin zu wachsen.

Eine weitere wichtige Säule im erfolgreichen Geschäftsmodell ist die digitale Transformation des Vertriebswegs. Über die digitalen Plattformen gelingt es AB InBev, die Verbreitung der Marken zu erhöhen, Kosten zu senken und die Beziehung zu Kunden und Verbrauchern zu verbessern. Zentral ist dabei die B2B-Digitalplattform BEES, die zum 31. Dezember 2023 in 26 Märkten weltweit zugänglich war. Mehr als sechs Millionen Kunden greifen auf die Plattform zurück, im vierten Quartal 2023 wurden etwa 70 Prozent der Umsätze über die Plattform erfasst.

Immer im Blick bleiben auch AB InBevs ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele. Seit 2017 hat AB InBev die absoluten Treibhausgasemissionen in den Scopes 1 und 2 um 44 Prozent und die Treibhausgasemissionsintensität in den Scopes 1, 2 und 3 um 24,2 Prozent reduziert.

Im Bereich nachhaltige Landwirtschaft erfüllten 95 Prozent der Bauern, die direkt mit AB InBev zusammenarbeiten, die Kriterien für Fachkompetenz, 92 Prozent für Vernetzung und 86 Prozent für finanzielle Befähigung. Im Bereich Wasserbewirtschaftung investierte AB InBev in Restaurierungs- und Erhaltungsmaßnahmen an 100 Prozent der Standorte in hoch belasteten Gebieten, wobei 56 Prozent der Standorte im Rahmen des Ziels für 2025 bereits eine messbare Verbesserung der Gewässergesundheit verzeichnen. Bei Kreislaufverpackungen waren 77,5 Prozent der Produkte in Verpackungen, die zurückgegeben oder überwiegend aus recyceltem Material hergestellt wurden. Das Unternehmen macht auch Fortschritte beim Ziel, bis 2040 netto null zu erreichen, mit 36 Leuchtturmprojekten, die weltweit im Jahr 2023 umgesetzt wurden.

Mit Blick auf das Jahr 2024 bleibt der Unternehmenszweck so relevant wie eh und je. Durch die strategische Ausrichtung und den Fokus auf Kunden- und Verbraucherzentriertheit will AB InBev weiterhin alle Möglichkeiten ausschöpfen, um die Kategorie durch die Megamarken und Plattformen zu aktivieren – und so eine Zukunft mit mehr „Cheers“ zu schaffen.

### **Anheuser-Busch InBev Deutschland**

AB InBev Deutschland (Beck's, Corona, Spaten) mit Hauptsitz in Bremen sowie drei weiteren Standorten ist ein Tochterunternehmen des weltweit führenden Braukonzerns AB InBev und im deutschen Biermarkt der zweitgrößte Brauereikonzern.

### **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](mailto:friedheye.allers@ab-inbev.com)