



# Building BERENTZEN 2028

Performance Excellence for Profitable Growth



# Die Berentzen-Gruppe

## Wichtige Fakten im Überblick

**5**

Standorte

**1.000+**

Produkte

**185,7**Mio. Euro **Umsatzerlöse****260+**

jährige Geschichte

**7,7**Mio. Euro **EBIT**Ca. **60,0**Mio. Euro **Marktkapitalisierung****>500**

Mitarbeiter

**60+**

Länder





## Die Berentzen-Gruppe

Eines der ältesten und bekanntesten Getränkeunternehmen in Deutschland mit Fokus auf den größten europäischen Verbrauchermarkt

*Berentzen*

Eine der **Top 3** Likör- und Shot-Marken in Deutschland



**Top 4** Vodka-Marke in Deutschland



PABST & RICHARZ

Einer der **größten Hersteller** von Handelsmarken-Spirituosen in Europa mit mehr als 90 Millionen Flaschen pro Jahr



Seit mehr als einem Jahrzehnt **eine der am schnellsten wachsenden** modernen Limonaden in Deutschland



Eines der **Top 3** Unternehmen für Saftpressen weltweit

9 von  
10

**Menschen**  
in Deutschland  
**kennen uns**



# Die Berentzen-Gruppe

## Drei Segmente, ein Getränkespezialist

### Spirituosen



### Alkoholfreie Getränke



### Frischsaftsysteme







# Profitabler Wachstumspfad von 2017 bis 2019

## Solide Geschäftsentwicklung



**4,4 %** Umsatzerlöse

**7,8 %** Rohertrag

**12,2%** EBITDA

**6,2 %** EBIT

**88,5 %** Jahresüberschuss





# ABER: Die Welt hat sich seit Corona und dem Ukrainekrieg radikal verändert

**"Inflation wird dauerhaft höher bleiben als vor Corona"**



*Der Preiskampf zwischen  
Supermärkten und Markenherstellern*

**Ukraine-Krieg: Hohe Preise und Störung der Lieferketten**



**Die neue Weltordnung nach dem  
Ukrainekrieg**

DEUTSCHLAND UMFRAGE

**Mehr als jeder Dritte sieht sein Leben durch die  
Pandemie verändert**

Veröffentlicht am 11.06.2023 | Lesedauer: 2 Minuten

Industriestandort

**Die Wahrheit über  
Deutschlands  
Deindustrialisierung**

**Konsumstimmung von Verbrauchern bleibt auf niedrigem  
Niveau**



Konsumflaute lässt Einzelhandelsumsätze  
sinken

Händler befürchten Pleitewelle

ENERGEMARKT  
„Wir verlieren unseren gesamten  
Cashflow“: Strom- und Gaspreistrübe bringt  
Unternehmen in Not



**Kneipensterben geht  
unvermindert weiter**

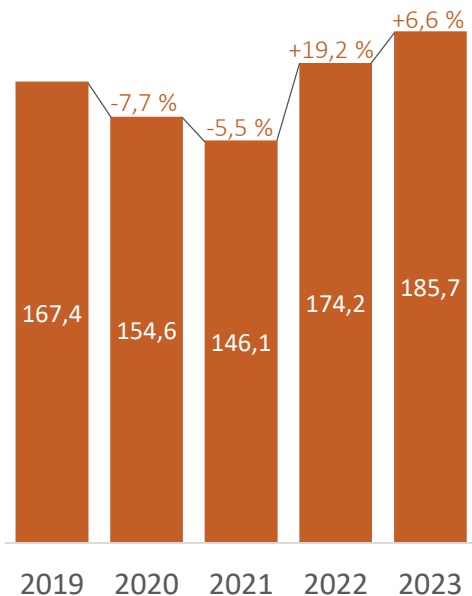
**Wir schließen  
ALLES MUSS RAUS**



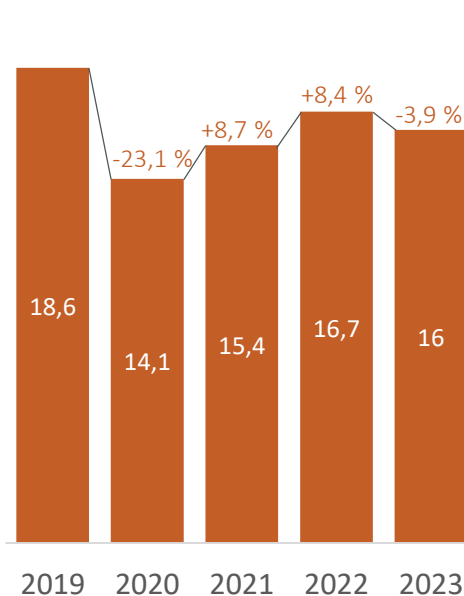
# Die Auswirkungen auf unser Geschäft

## Kennzahlen-Entwicklung 2019 – 2023

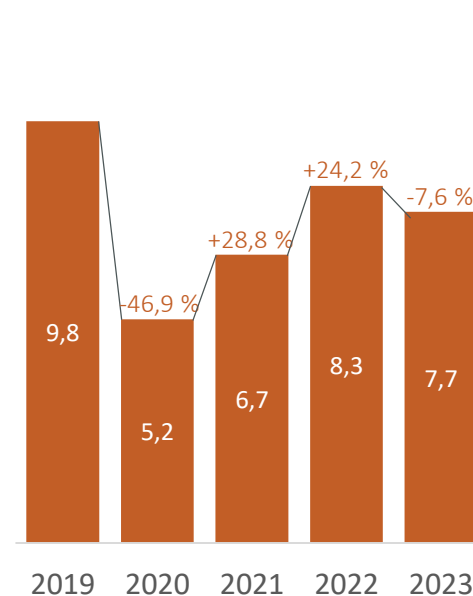
Konzern-Umsatzerlöse  
(in Mio. Euro)



Konzern-EBITDA  
(in Mio. Euro)



Konzern-EBIT  
(in Mio. Euro)





“

Durch **Tradition** und **Innovation** begeistert **Berentzen** die Menschen **von morgens bis abends** mit den vielfältigsten Getränken!





# Kernelemente

Building BERENTZEN 2028



# Building BERENTZEN 2028

## Strategische Rahmensetzung

### Unser Markt



Getränke

Fokus auf den  
deutschen Markt

Hauptsächlich Massenmarkt-  
Vertriebskanäle

### Wie wir gewinnen



#### — Differenzierung

Starke Marken

Marken- und Produkt-  
innovationen

#### — Kostenführerschaft

Effiziente Prozesse  
und Strukturen

*Berentzen*



**MIO  
MIO**



# Building BERENTZEN 2028

## 5 Jahre – 5 Säulen für nachhaltigen Erfolg

Durch **Tradition** und **Innovation** begeistert  
**Berentzen** die Menschen **von morgens bis**  
**abends** mit den vielfältigsten Getränken!

### Differenzierung

### Kostenführerschaft

Wir steigern den Wert unserer Kern-Marken

Wir ergreifen die Wachstumschance innovativer Getränke-Ideen

Wir transformieren und profitabilisieren unser Geschäft mit alkoholfreien Getränken

Wir betreiben ein hocheffizientes Private Label-Spirituosengeschäft

Wir übernehmen Verantwortung für Menschen, Umwelt und Produkte.



  
**MID  
MID**  
MATE  
Original

# 1. Wir transformieren und profitabilisieren unser Segment Alkoholfreie Getränke

Building BERENTZEN 2028



# Wir transformieren und profitabilisieren unser Segment Alkoholfreie Getränke

## 5 Programmelemente

Effizienzverbesserungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Neue Energiekonzepte für mehr Unabhängigkeit und weitere CO<sub>2</sub>-Reduktion

Anpassung der Vertriebsstrukturen zur Stärkung der Marktmacht

Eliminierung von Produkten mit niedriger Gewinnmarge

Voller Fokus auf Mio Mio

# 2028

- 01 Deutlich höherer Ergebnisbeitrag
- 02 Nur Produkte mit hoher Margenqualität
- 03 Zufriedenstellendes Free Cashflow-Niveau



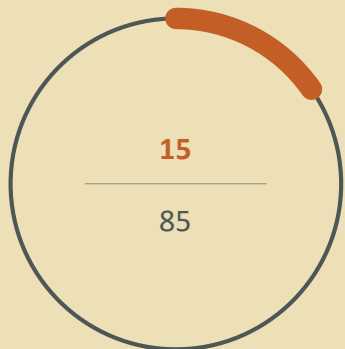




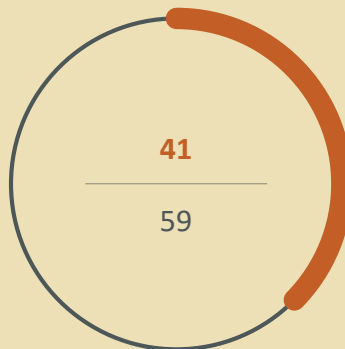
# Voller Fokus auf Mio Mio

## Vergrößerung des Anteils von Mio Mio am Segmentumsatz

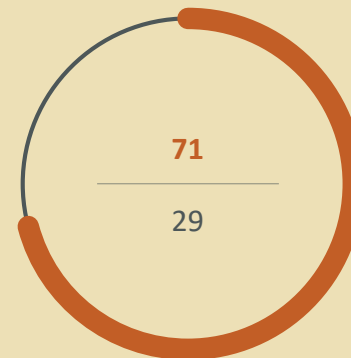
### 2018



### 2023



### 2028

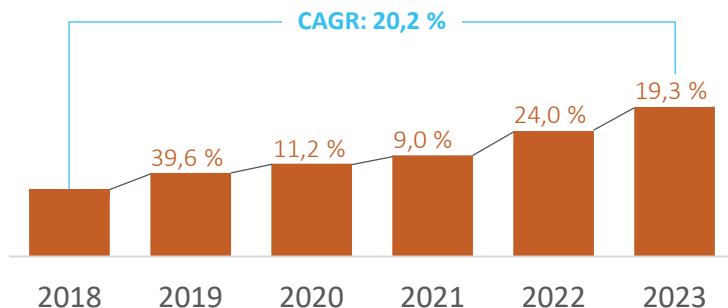




## Voller Fokus auf Mio Mio

### Hochattraktiver Markt mit Wachstumspotenzial – Starke Umsatzentwicklung von Mio Mio

#### Umsatzentwicklung Mio Mio



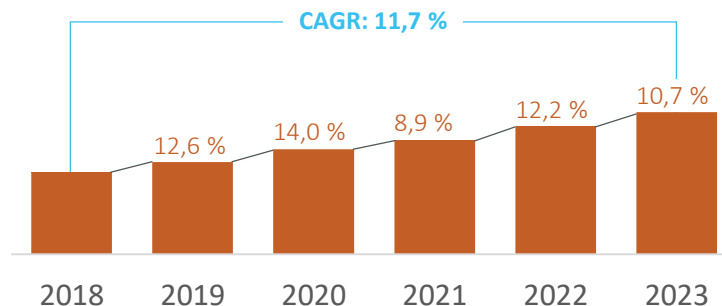
Mio Mio bewegt sich in einem wachsendem Marktsegment. Zweistellige Wachstumsraten in den letzten fünf Jahren, trotz der Auswirkungen der Corona-Pandemie.

Umsätze sind sogar schneller gestiegen als die Absatzmengen.

Quelle: Circana | Berentzen-Gruppe AG

1 | Eigene Zusammenstellung

#### Umsatzentwicklung Markt der modernen Limonaden<sup>1</sup>



#### Wettbewerber

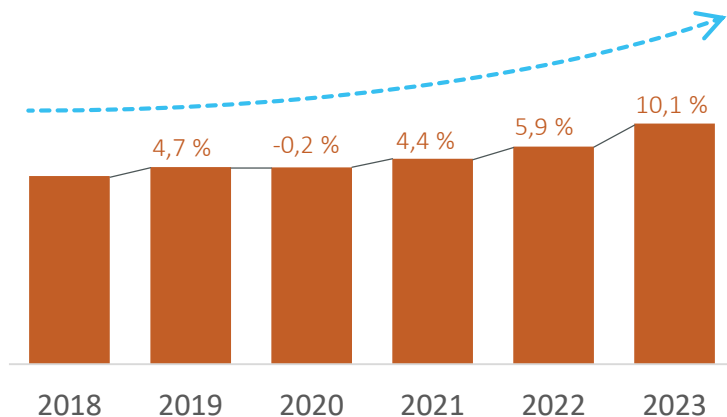




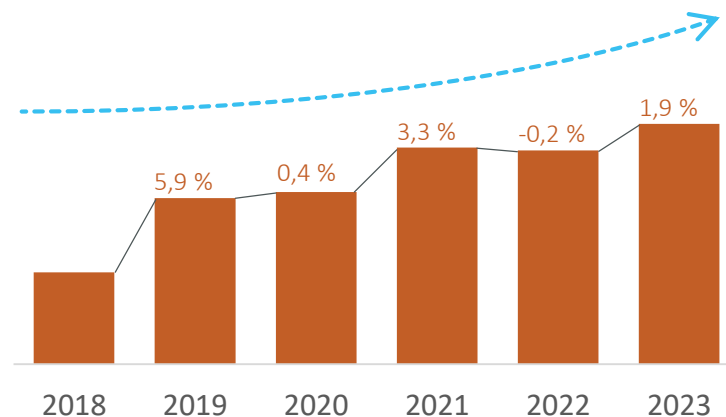
# Voller Fokus auf Mio Mio

## Hochprofitables Geschäft

### Umsatz pro Liter



### Deckungsbeitrag pro Liter



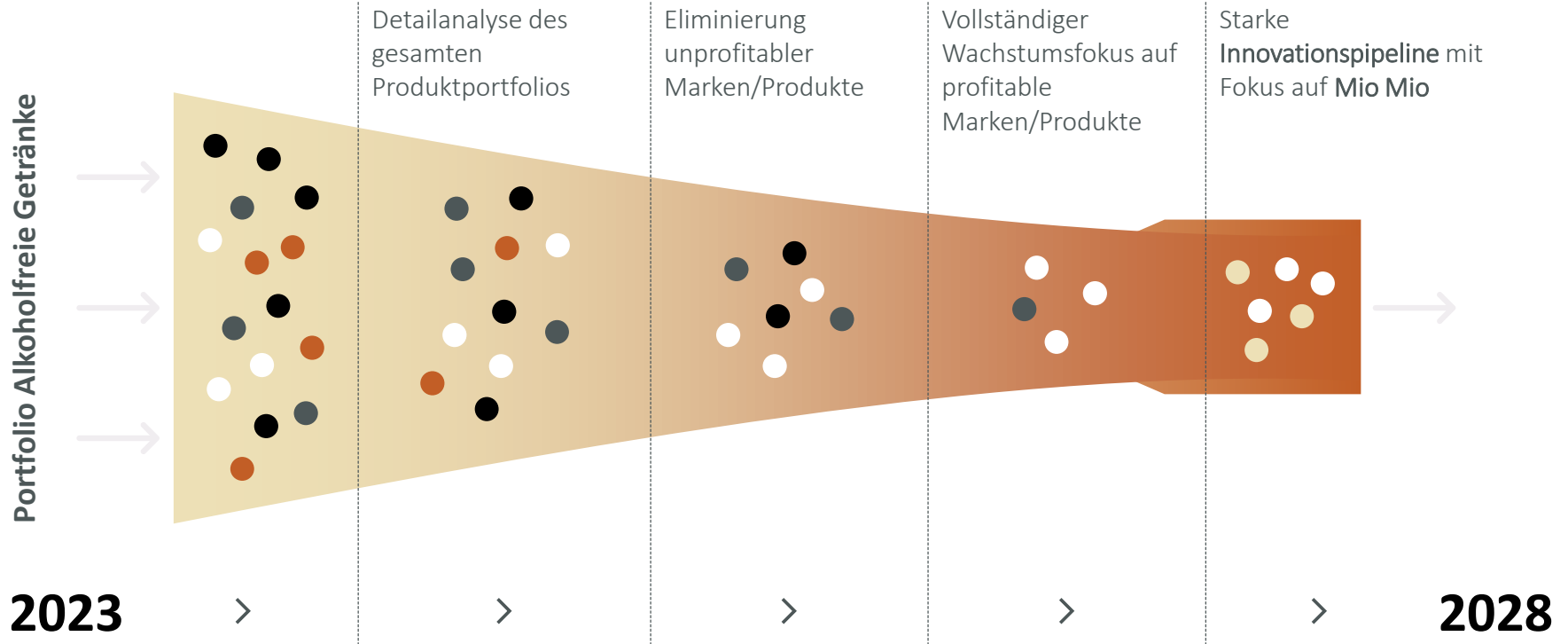
Trotz Inflation und Corona-Krise steigen Umsatz und Deckungsbeitrag pro Liter weiter an.

Profitabilisierung erfolgreich.



# Voller Fokus auf Mio Mio

## Wir entwickeln ein hochprofitables Portfolio





# Wir transformieren und profitabilisieren unser Segment AFG

## Verschiedene Dimensionen der Effizienzsteigerung

### Organisation



Nutzung von Synergieeffekten innerhalb des Vertriebsteams der Berentzen-Gruppe.



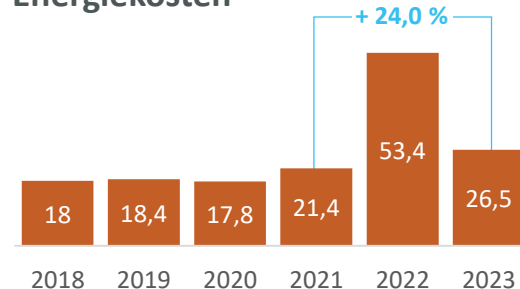
Straffung des Produktportfolios setzt personelle Ressourcen für Mio Mio frei.

### Wertschöpfungskette

Analyse und Bewertung aller maschinellen Anlagen, Produktionslinien und Produktionsstätten.

Effizienzmaßnahmen zur deutlichen Steigerung der Exzellenz in der Wertschöpfungskette.

#### Energiekosten



Neue Realität

Investitionen in nachhaltige Energiesysteme führen zu niedrigeren Energiekosten und größerer Unabhängigkeit von volatilen Energiemärkten.

Quelle: [Statista](#) | 2023: Stand Juli, in Cent pro Kwh





## 2. Wir steigern den Wert unserer Kern-Marken

Building BERENTZEN 2028



# Wir steigern den Wert unserer Kern-Marken

## Mio Mio, Berentzen und Puschkin



**5** Vertriebsmitarbeiter pro Jahr

→ **x2** (2028 vs. 2023)

**1.000.000 €** Zusätzliche Marketing-Spendings pro Jahr → **x3** (2028 vs. 2023)

### Neue Produktinnovationen

Umsatz (ca.)

**2023** → **2028e**

**87 %** des Gesamtwachstums  
der Umsatzerlöse!

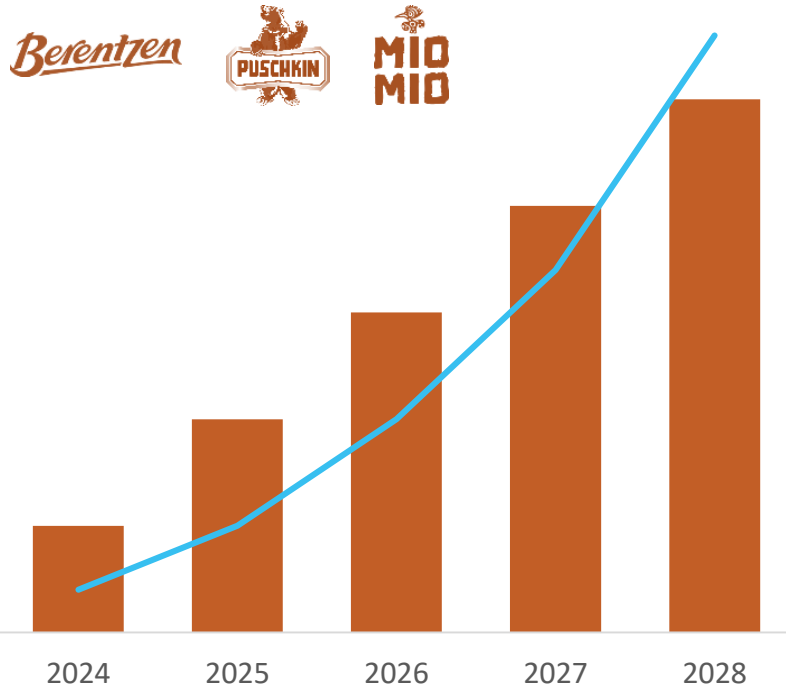
Mio Mio	20	40
Berentzen	20	35
Puschkin	10	15





# Wir steigern den Wert unserer Kern-Marken

## Mio Mio, Berentzen und Puschkín



Nur starke Marken haben die Kraft zur Valorisierung.

Hohe Markenwerte steigern die Attraktivität des Unternehmens.

## Einzelhandel in Deutschland

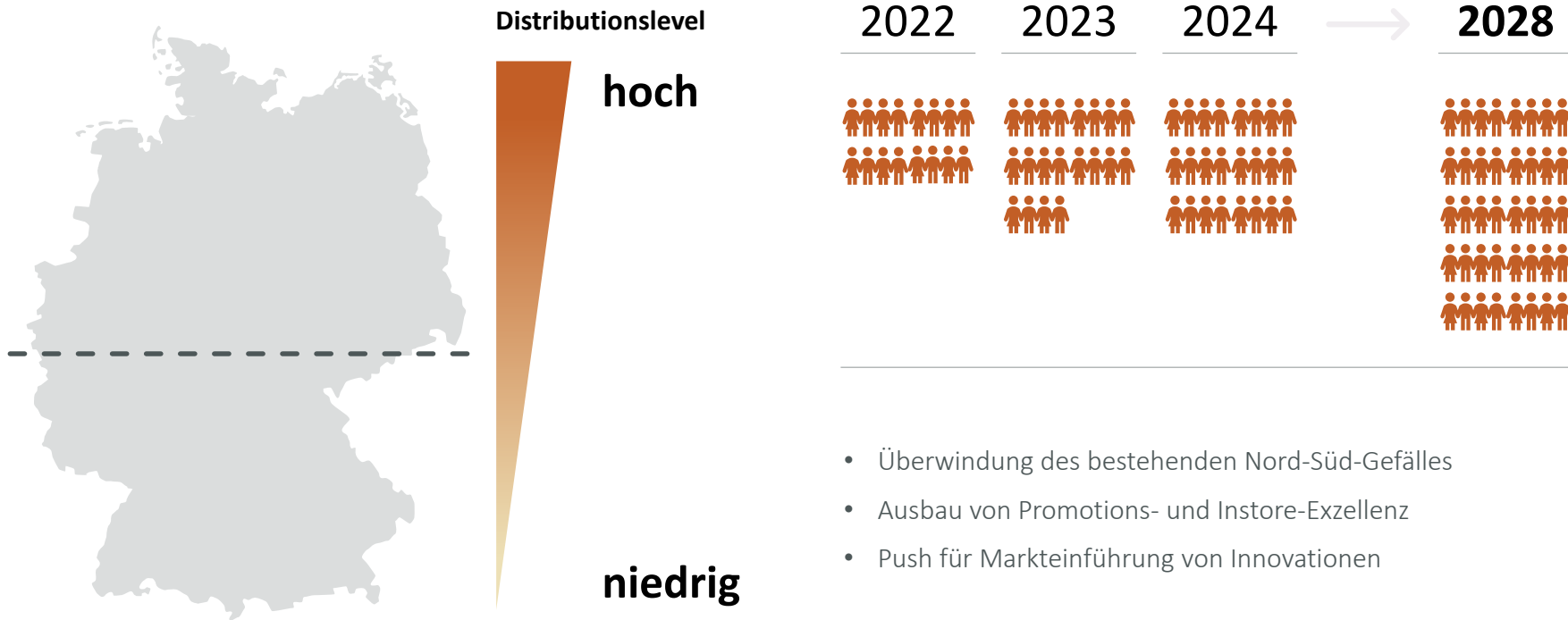


Höhere Markenwerte bilden ein Gegengewicht zur Verhandlungsmacht der Handelsunternehmen.



# Wir steigern den Wert unserer Top-Marken

Wir stärken unseren Vertrieb, um das Distributionsniveau zu erhöhen







# Wir steigern den Wert unserer Kern-Marken

Wir treiben die Märkte mit Produktinnovationen voran



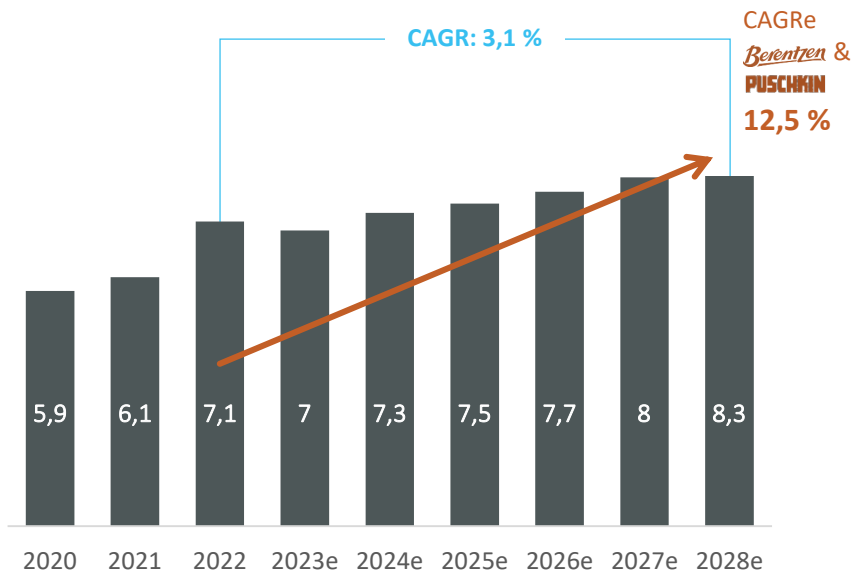




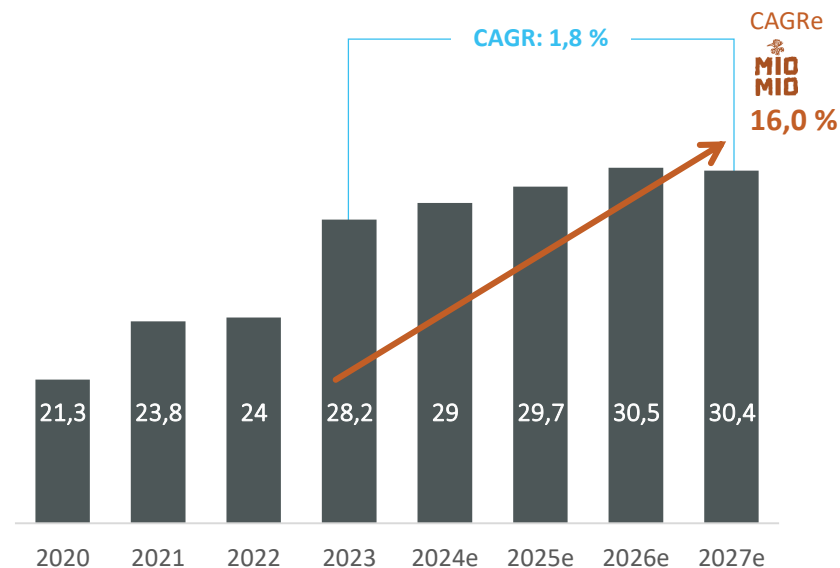
# Wir steigern den Wert unserer Kern-Marken

## Unsere Top-Marken werden sich dynamischer als die entsprechenden Märkte entwickeln

Marktentwicklung Spirituosen in Deutschland  
(in Mrd. Euro)



Marktentwicklung Softdrinks in Deutschland  
(in Mrd. Euro)





### **3. Wir ergreifen die Wachstumschancen innovativer Getränke-Ideen**

Building BERENTZEN 2028



# Wir ergreifen die Wachstumschancen innovativer Getränke-Ideen

Wir skalieren Wachstumskonzepte, um sie zu den Stars von morgen zu machen

## Unser Beispiel **Citrocasa**

- Verlässliche und profitable Ergebnis- und Liquiditätsbeiträge
- Weitere Wachstumsperspektiven
- Hoher Grad an Selbstständigkeit

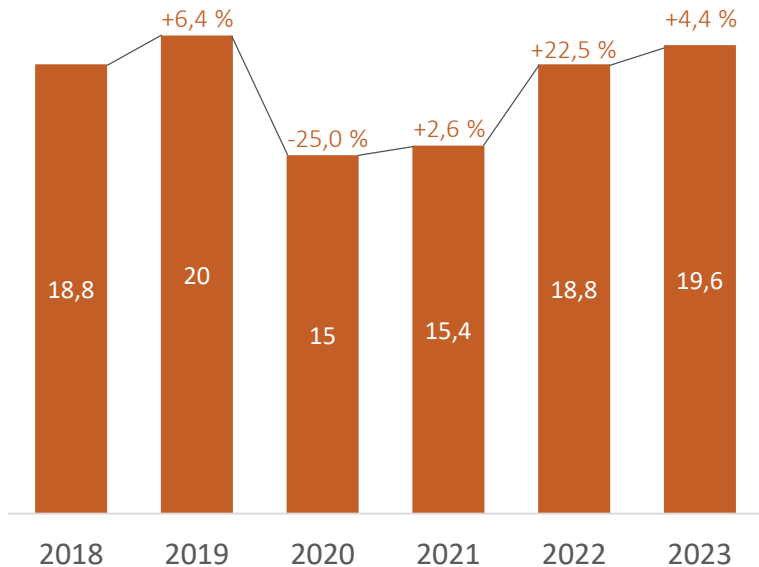




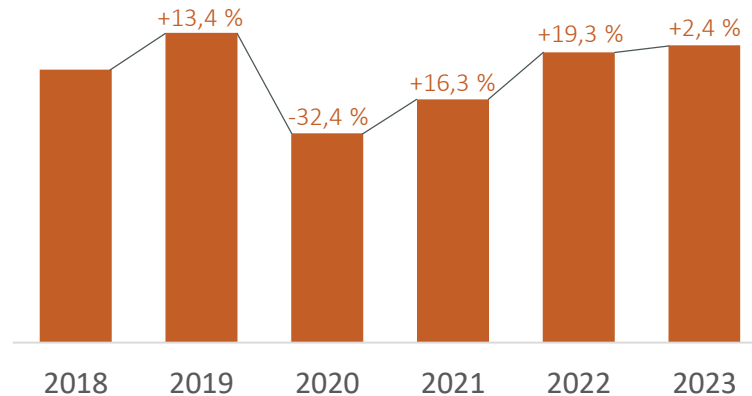
# Wir ergreifen die Wachstumschancen innovativer Getränke-Ideen

## Citrocasa mit Geschäftserholung und soliden Margen

Entwicklung der Umsatzerlöse  
(in Mio. Euro)



Entwicklung der Deckungsbeiträge  
(in Mio. Euro)





# Wir ergreifen die Wachstumschancen innovativer Getränke-Ideen

## Weitere Geschäftsentwicklung von Citrocasa

### 2024ff.

- 01 Einführung** einer neuen, innovativen Saftpresse in **Q2 2024**
- 02 Neuaufbau** unserer **Vertriebsorganisation** in Deutschland
- 03 Exzellenter Kundenservice** und neue **POS-Konzepte**
- 04 Fortschreitende Digitalisierung** von **Maschinen** und **Dienstleistungen**







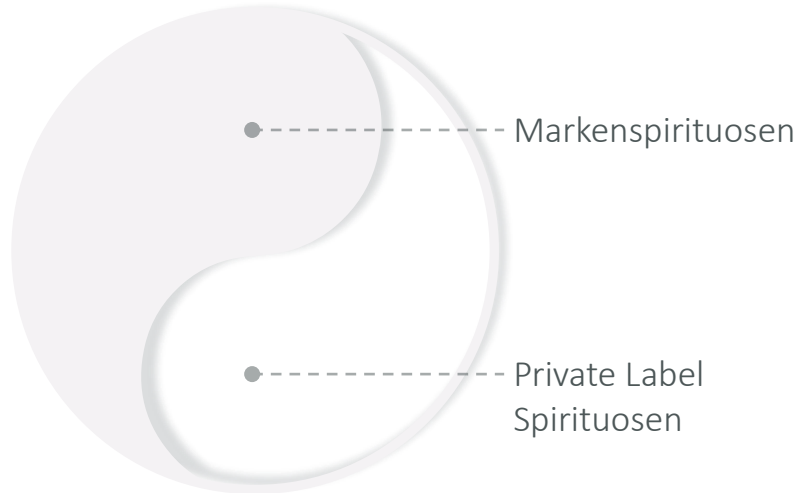
## 4. Wir betreiben ein hocheffizientes Private Label-Spirituosengeschäft

Building BERENTZEN 2028



# Wir betreiben ein hocheffizientes Private Label-Spirituosengeschäft

## Wir decken das Geschäft mit Markenspirituosen UND Private Label-Spirituosen ab



Positionierung der Berentzen-Gruppe als strategischer Partner für den Handel im gesamten Private Label Geschäft



- Kostenführerschaft im Preiseinstiegsgeschäft
- Qualitätsführerschaft im Premiumgeschäft



Weitere Effizienzsteigerungen in der Wertschöpfungskette und Produktinnovationen in allen Preiskategorien geplant

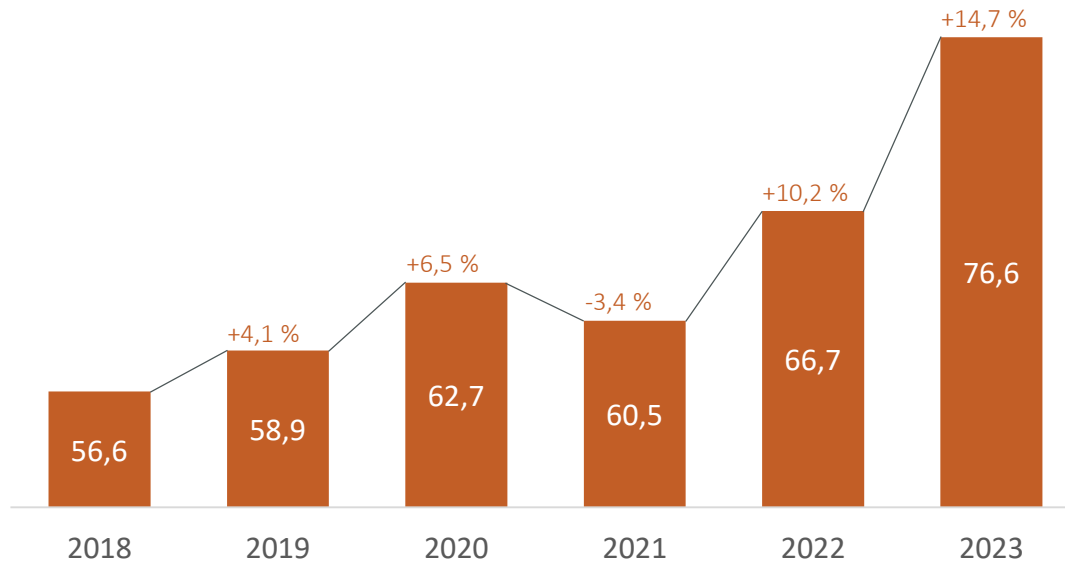




# Wir betreiben ein hocheffizientes Private Label-Spirituosengeschäft

## Erfolge beim Ausbau des Private Label-Geschäftes

Umsatzentwicklung  
(in Mio. Euro)

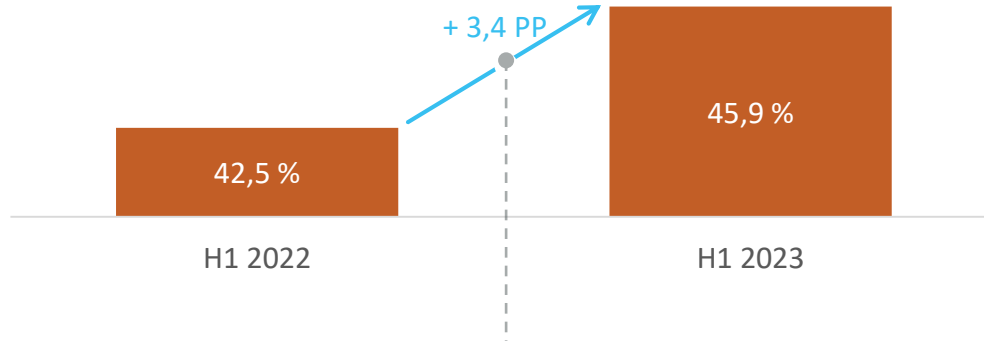




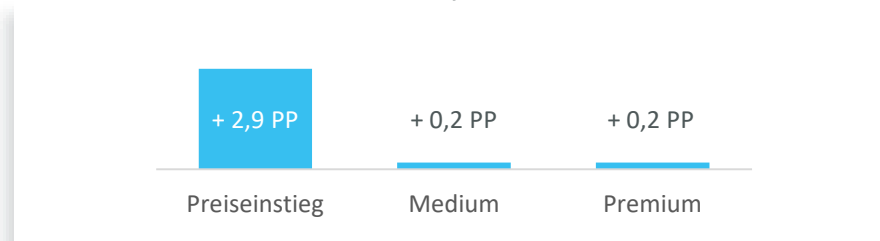
# Wir betreiben ein hocheffizientes Private Label-Spirituosengeschäft

## Ausschöpfung des gesamten Marktpotenzials durch Abdeckung aller Preissegmente

### Marktanteil Private Label in Deutschland



Wachsende Bedeutung von Private Label in Zeiten von Inflation und Konsumzurückhaltung



Alle Preissegmente gewinnen Marktanteile gegenüber Markenprodukten





# Wir betreiben ein hocheffizientes Private Label-Spirituosengeschäft

## Sicherung unserer Innovations-, Kosten- und Qualitätsführerschaft



2024  2028

Kontinuierliche Investitionen  
in Prozessdigitalisierung,  
Maschinen und  
Energieversorgung sichern  
Kostenführerschaft und hohe  
Produktqualität.

Vorantreiben des Private Label  
Spirituosenmarktes durch  
kontinuierliche  
Produktinnovationen.





## **5. Wir übernehmen Verantwortung für Menschen, Umwelt und Produkte**

Building BERENTZEN 2028



# Wir übernehmen Verantwortung für Menschen, Umwelt und Produkte

## Intrinsische Motivation, aber auch Zunahme von Regulatorik – Neue ESG-Strategie in Planung

### 2019

### 2020

### 2021

### 2022

### 2023

### 2024

Freiwillige CSR-Berichterstattung der Berentzen-Gruppe

Regulatorik

Wesentlichkeitsanalyse

100% Ökostrom an den Produktionsstandorten

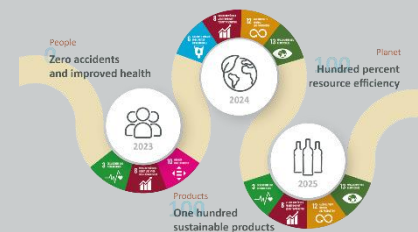
ESG-Strategie

Internes Sustainability Council  
UN Global Compact  
Erste EcoVadis-Goldmedaille

CO<sub>2</sub> - Reduzierung:  
PV-Anlagen an Produktionsstandorten  
57 klimaneutrale Produkte

Alle Meilensteine im Handlungsfeld *People* erreicht  
ESG in den Konzernführungskreis integriert

Vorbereitung auf CSRD und EU-Taxonomie  
Implementierung des Geschäftspartner-Screenings  
**Veröffentlichung der neuen ESG-Strategie**







# Wir übernehmen Verantwortung für Menschen, Umwelt und Produkte

## Wir treiben Nachhaltigkeit voran

# 2024

# 2028

### Meilensteine zur Umsetzung unserer ESG-Strategie

Veröffentlichung  
der neuen ESG-  
Strategie

Erweiterung  
PV-Anlagen

100 nachhaltige  
Produkte

Elektrifizierung  
der Fahrzeug-  
flotte

Erreichen neuer  
CO<sub>2</sub>-  
Reduktionsziele



# Building Blocks und Mittelfrist-Guidance

Building BERENTZEN 2028



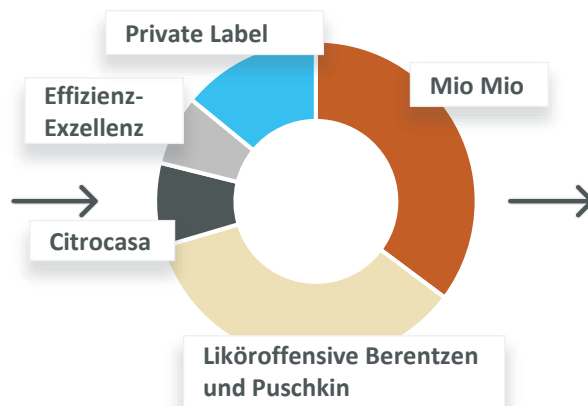
# Ehrgeizige Ziele für 2028!

## Klar definierte Bausteine mit entsprechendem Ergebnisbeitrag

### Elemente

Wir transformieren und profitabilisieren unser Geschäft mit alkoholfreien Getränken	Wir steigern den Wert unserer Kern-Marken
Wir ergreifen die Wachstumschancen innovativer Getränke-Ideen	Wir betreiben ein hocheffizientes Private Label-Spirituosengeschäft
	Wir übernehmen Verantwortung für Menschen, Umwelt und Produkte

### Building Blocks



### Mittelfrist-Guidance 2028

Umsatzerlöse	Mio. Euro <b>235</b>
EBITDA	Mio. Euro <b>28</b>
EBITDA-Marge	% <b>12</b>
EBIT	Mio. Euro <b>18</b>
EBIT-Marge	% <b>8</b>

#### In Arbeit:

Neue ESG-Strategie 2024-2028 mit eigenen Building Blocks und ESG-KPIs