

HV-Bericht Bayreuther Bierbrauerei AG

Dank konsequenter Spezialitätenstrategie erneut besser als der Gesamtmarkt

Die diesjährige ordentliche Hauptversammlung der Bayreuther Bierbrauerei AG (BBAG) fand am 16. November 2021 in virtueller Form statt.

Um 11 Uhr eröffnete der Aufsichtsratsvorsitzende Jeff Maisel die Veranstaltung. Von der Verwaltung waren Alleinvorstand Hans-Joachim Leipold sowie der komplette Aufsichtsrat vor Ort. Des Weiteren waren der Stimmrechtsvertreter der Gesellschaft sowie der Wirtschaftsprüfer anwesend. Für GSC Research nahm Reinhard Hock an der Versammlung teil.

Nach Erläuterung der üblichen Formalien und der Feststellung, dass keine Gegenanträge eingegangen waren, bat der Aufsichtsratsvorsitzende den Vorstand um dessen Bericht.

Bericht des Vorstands

Herr Leipold begrüßte das Auditorium und freute sich über das 148. Geschäftsjahr der Bayreuther Bierbrauerei AG berichten zu dürfen, welches sehr stark von der Pandemie geprägt war.

Nach einem kurzen Blick auf die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung ging Herr Leipold auf den GfK-Konsumklimaindex ein. Er stellte fest, dass es dem durchschnittlichen deutschen Haushalt trotz der schwierigen Umstände im Jahr 2020 weiterhin gut geht. Vor allem die Markenhersteller konnten zu Lasten der Handelsmarken zulegen. Dies spiegelte sich auch bei den Bierspezialitäten wider.

Im Biermarkt zeigten sich die gleichen Trends wie schon in den Vorjahren. Etablierte Sorten wie Pils und Weißbier büßten Marktanteile ein zugunsten von Spezialitäten und alkoholfreien Bieren. Insbesondere Lager- und Hellbiere wachsen überproportional und sind die Gewinner im Markt.

Die großen nationalen Biermarken müssen Rückgänge in der Preisgestaltung verzeichnen. Bei den Gebinden überholte die Dose auf kleinem Niveau zum ersten Mal die PET-Flasche. Im Handel gewinnen die Vollsortimenter wie EDEKA und REWE weiter deutlich, wie der Vorstand zu berichten wusste.

Im Folgenden ging er auf die Entwicklung der Bierspezialitäten der BBAG ein. Einmal mehr konnte das Unternehmen mit der konsequenten Spezialitätenstrategie überdurchschnittliche Absatzsteigerungen erzielen, so dass sich das Unternehmen auch 2020 besser als der Gesamtmarkt entwickelt hat.

Die inländischen Brauereien verzeichneten im vergangenen Jahr laut Branchenverband durchschnittlich ein Umsatzminus von 23 Prozent. Mit einem Minus von 5 Prozent liegt der deutsche Biermarkt im weltweiten Trend und behauptete mit 87 Mio. Hektolitern Bierausstoß seinen fünften Platz im internationalen Ranking. Der weltweite Bierausstoß sank 2020 um 4,9 Prozent auf 1,82 Mrd. Hektoliter und damit auf das Niveau von 2008.

„Die Erfolgsgeschichte unserer Brauerei geht aber Gott sei Dank weiter, wie in der Gegenüberstellung zum Gesamtmarkt deutlich wird“, konstatierte der BBAG-Chef erfreut. Seit 2012 konnte sich das Unternehmen erfolgreich von der allgemeinen Entwicklung des Biermarktes entkoppeln. Die Steigerung belief sich 2020 im Vergleich zu 2019 auf stolze 28,4 Prozent.

Erfolgsgarant war vor allem die Sorte Bayreuther Hell. Obgleich viele kleine regionale Wettbewerber immer noch in dieses Wachstumssegment eintreten und auch die großen Braukonzerne mit Retortenmarken um Marktanteile buhlen, entwickelte sich Bayreuther Hell weiterhin sehr positiv.

Nicht nur beim Endverbraucher, sondern auch bei unabhängigen internationalen Gremien wurden erneut sehr gute Platzierungen erzielt. Als Beispiele nannte Herr Leipold einen Bronzeplatz bei der Brussels Beer Challenge und Gold bei der Europe Trophy.

In seinem Ausblick merkte der Vorstand an, dass eine Prognose schwerfällt. Nach Monaten der trügerischen Ruhe herrscht aktuell wieder große Unsicherheit in Bezug auf die pandemische Entwicklung und damit einhergehende einschränkende Maßnahmen.

Sollten die Menschen langfristig weniger Geld zur Verfügung haben, wird sich dies auch negativ auf die Absätze der BBAG auswirken, da die Produkte der Brauerei am oberen Ende der Preisspanne angesiedelt sind. Das Management sieht dennoch optimistisch in die Zukunft und glaubt an die Spezialitäten des Hauses sowie an die eingeschlagene Strategie.

Auf die Entwicklung des Biermarktes im laufenden Jahr eingehend, erklärte der Vorstand, dass von Januar bis Ende September 2021 fast alle Bundesländer teilweise drastische Rückgänge beim Bierabsatz zu verzeichnen hatten. Lediglich Bayern schreibt bislang schwarze Zahlen. Herr Leipold prognostizierte, dass der Bierausstoß im Jahr 2021 mit einem Minus von 5 bis 6 Prozent erneut niedriger ausfallen wird als in den Vorjahren.

„Wir können und müssen dankbar sein, wie wir uns mit unseren Spezialitäten in den unruhigen Zeiten stabil gehalten haben und von den Verbrauchern immer noch gut angenommen werden“, schloss Herr Leipold seine Ausführungen.

Beantwortung der eingereichten Fragen

Zwei Aktionäre hatten Fragen eingereicht, die sich teilweise überschneiden.

Herr Frick erkundigte sich nach den Kosten für die dies- und die letztjährige Hauptversammlung. Herr Leipold antwortete, dass die diesjährige Hauptversammlung etwa 5 TEUR kostet. Im Vorjahr lagen die Kosten bei etwa 6.300 Euro. Die Kosten für eine Präsenzveranstaltung bezifferte der Vorstand mit 7.500 Euro.

Auf die Frage, weshalb die BBAG nicht zu einer physischen Hauptversammlung eingeladen hat, erklärte Herr Leipold, dass die von Vorstand und Aufsichtsrat getroffene Entscheidung für eine virtuelle Hauptversammlung aufgrund der aktuellen Pandemiesituation alternativlos war.

Als nächstes fragte der Aktionär, ob BBAG-Aktionäre den letzten Jahresabschluss der Tochtergesellschaft Bayreuther Brauimmobilien GmbH & Co. KG erhalten können. Herr Leipold wies daraufhin, dass diese Unterlagen im elektronischen Unternehmensregister veröffentlicht worden sind.

Zum ausgewiesenen Gewinn der Immobilientochter in Höhe 1,33 Mio. Euro wollte Herr Frick wissen, wie dieser erzielt worden ist. Herr Leipold erklärte, dass der Gewinn vor allem durch Objektverkäufe zustande kam. Im Zuge der Straffung des Immobilienportfolios trennt sich das Unternehmen von unrentablen Objekten. Verkauft wurden die Objekte in Donndorf für 383 TEUR, in Speichersdorf für 210 TEUR sowie zwei Objekte in Bayreuth für insgesamt 601 TEUR.

Neue Immobilien wurden keine erworben. Investiert wurde in den Aus- bzw. Neubau des Verwaltungsgebäudes in der Kulmbacher Straße in Bayreuth. Die Fertigstellung ist für 2021/2022 geplant. Investiert werden dort insgesamt 3,6 Mio. Euro.

Den Grundbesitz gab der Vorstand mit 26.775 Quadratmetern bzw. 23 Objekten an. Davon entfallen auf die Gastronomie 2.808 Quadratmeter, die voll vermietet sind. Auch die Gewerbefläche in Höhe von 202 Quadratmetern ist derzeit voll vermietet. Auf Wohnraum entfallen 2.343 Quadratmeter, wovon 43 Prozent vermietet sind. Die Mieteinnahmen teilen sich nach Angabe des CEO folgendermaßen auf: Wohnen mit 36 Prozent, Laden- und Bürofläche 3 Prozent und Gastronomie mit 61 Prozent.

Als nächstes sprach der Fragesteller den Gewinnabführungsvertrag mit dem Großaktionär Familie Maisel an. 2020 wurden 2,07 Mio. Euro Gewinn abgeführt, was 275 Euro je BBAG-Aktie entspricht. Die Streubesitzaktionäre müssen sich hingegen mit 5,59 Euro Ausgleichszahlung pro Aktie begnügen.

Herr Frick wollte in diesem Kontext wissen, ob von Seiten der Verwaltung darüber nachgedacht wurde, den Streubesitz angemessen am Unternehmenserfolg zu beteiligen. Herr Leipold wies darauf hin, dass der Hauptaktionär nicht nur den Gewinnabführungsanspruch innehat, sondern auch eine

unbeschränkte Verlustausgleichsverpflichtung, falls das Unternehmen Verluste erwirtschaftet. Dieser Vertrag wurde von einer früheren Hauptversammlung so beschlossen und ist für jeden im Handelsregister einsehbar.

Dann bat der Aktionär um Aufschlüsselung der Umsatzerlöse in Höhe von 39,2 Mio. Euro. Herr Leipold legte dar, dass die BBAG ihr Bier an den Hauptaktionär Maisel verkauft und Maisel 100 Prozent davon an den Großhandel weiterverkauft. Davon gehen 78 Prozent in Supermärkte bzw. den Lebensmitteleinzelhandel und Abholmärkte. Die restlichen 22 Prozent gehen an die Gastronomie.

Auf die Frage, wie viel Hektoliter Bier die BBAG im Jahr 2020 produziert hat, antwortete der Unternehmenslenker, dass 580.000 Hektoliter produziert worden sind.

Abschließend wollte Herr Frick noch wissen, ob auf das Bankguthaben in Höhe von 1,3 Mio. Euro Negativzinsen gezahlt werden musste. Laut Vorstand war dies nicht der Fall.

Aktionär Weiß bat zunächst um Auskunft zur Absatzentwicklung der BBAG im laufenden Geschäftsjahr 2021. Nach Aussage von Herrn Leipold war von Januar bis August noch ein Plus von 5,5 Prozent zu verzeichnen gewesen. Bis Ende Oktober ging das Plus jedoch auf nur noch 0,7 Prozent zurück.

Aufgrund des Trends im Biermarkt zu leichten und alkoholfreien Bieren wollte der Fragesteller wissen, ob das Unternehmen künftig auch diesen Bereich abdecken will. Der Vorstand erklärte, dass diesbezüglich derzeit keine Aktivitäten geplant sind. Die Marktforschungsdaten werden jedoch sehr genau beobachtet.

Auf die Frage, inwiefern bei der BBAG das Thema nachhaltiges Bierbrauen berücksichtigt wird, verwies Herr Leipold auf die Homepage des Kooperationspartners Maisel, auf welcher das Gesamtenergiekonzept des Konzerns ausführlich dargestellt wird. Der Aufsichtsratsvorsitzende Herr Maisel merkte dazu an, dass es das Ziel der Unternehmensgruppe ist, bis zum Jahr 2030 klimaneutral zu produzieren.

Dann wollte Herr Weiß wissen, wie sich die gestiegenen Rohstoffpreise auf die Preisgestaltung der Biere der Brauerei auswirken. Herr Leipold führte aus, dass ab Juli 2021 die Abgabepreise von Maisel an den Großhandel im Flaschenbierbereich um 5,5 Prozent und im Fassbierbereich um 6,5 Prozent erhöht worden sind.

Abstimmungen

Vor Eintritt in die Abstimmungen gab der Aufsichtsratsvorsitzende Herr Maisel die Präsenz bekannt. Vom Grundkapital in Höhe von 390.000 Euro, eingeteilt in 7.500 Aktien, waren 7.144 Aktien vertreten, was einer Präsenz von 95,25 Prozent entsprach.

Alle Beschlussvorlagen wurden mit jeweils über 99 Prozent im Sinne der Verwaltung angenommen. Abgestimmt wurde über die Entlastung von Vorstand und Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2020 (TOP 2 bzw. 3).

Ein Aktionär gab Widerspruch zu sämtlichen Beschlussfassungen zu Protokoll.

Um 12 Uhr wurde die Hauptversammlung geschlossen.

Fazit

In einem schwierigen Umfeld und einem herausforderndem Biermarkt ist es der Bayreuther Bierbrauerei AG gelungen, sich gegen den allgemeinen Negativtrend zu stemmen und das Geschäftsjahr 2020 mit erfreulichen Zahlen abzuschließen.

Das laufende Jahr wird mindestens genauso anspruchsvoll und Umsatzerlöse auf Vorjahresniveau wären sicherlich als großer Erfolg zu werten. Zu beachten ist der Umstand, dass die

Ergebnisentwicklung auch stark vom Verkauf der nicht betriebsnotwendigen Immobilien abhängt.

Da der Streubesitz nur noch minimal ist und die Aktie bei der Valora Effekten Handel AG (www.veh.com) demzufolge nur äußerst sporadisch gehandelt wird, wird an dieser Stelle von einer Investmentempfehlung abgesehen.

Kontaktadresse

Bayreuther Bierbrauerei AG
Hindenburgstr. 9
D-95445 Bayreuth

Tel.: +49 (0)9 21 / 401-111

Fax: +49 (0)9 21 / 401-104

Internet: www.bayreuther-bierbrauerei.de

E-Mail: info@bayreuther-bierbrauerei.de