

# HV-Bericht Bayreuther Bierbrauerei AG

## Details zu Bayreuther Bierbrauerei AG

<b>WKN:</b> 519910	<b>Straße, Haus-Nr.:</b> Hindenburgstr. 9 ,	<b>Telefon:</b> +49 (0)9 21 / 401-111	<b>IR Ansprechpartner:</b> Herr
<b>ISIN:</b> DE0005199103	95445 Bayreuth, Deutschland	<b>Internet:</b> <a href="http://www.bayreuther-bierbrauerei.de">http://www.bayreuther-bierbrauerei.de</a>	<a href="mailto:info@bayreuther-bierbrauerei.de">info@bayreuther-bierbrauerei.de</a>

## HV-Bericht Bayreuther Bierbrauerei AG - Mit dem „Bayreuther Hell“ landete die oberfränkische Brauerei einen Volltreffer

Die Bayreuther Bierbrauerei AG hatte für den 17. Juli 2025 zur Hauptversammlung mit Vorlage des Jahresabschlusses 2024 eingeladen. Wie in den Vorjahren fand die Versammlung im „Herzogkeller“ in Bayreuth statt und wie üblich hatten sich dort etwa 120 Aktionäre eingefunden, um sich über die Geschehnisse der mittlerweile bundesweit bekannten Brauerei zu informieren. Für GSC Research hatte sich Matthias Wahler eingefunden.

Der Aufsichtsratsvorsitzende Jeff Maisel, zugleich Geschäftsführer der Großaktionärin Brauerei Gebr. Maisel GmbH & Co. KG, eröffnete die Versammlung um 11 Uhr und teilte mit, dass sich die Mitglieder der Verwaltung vollzählig eingefunden haben. Alleinvertretender der Gesellschaft ist Hans Joachim Leipold. Daneben hatten sich ein Rechtsanwalt als Protokollführer, der Abschlussprüfer sowie der Braumeister eingefunden.

Nach zügiger Abhandlung der Formalien und einigen ergänzenden Worten zum Bericht des Aufsichtsrats übergab Herr Maisel das Wort an den Vorstand.

### Bericht des Vorstands

Herr Leipold begann mit einem Blick auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, die sich nach wie vor herausfordernd gestalten. Das Konsumklima bewegt sich weiterhin auf einem sehr niedrigen Niveau, was sich auch auf den Biermarkt auswirkt. Die deutsche Brauwirtschaft verzeichnete im Jahr 2024 einen Absatzrückgang von 1,4 Prozent auf 82,6 Millionen Hektoliter. Wie der Vorstand verdeutlichte, sind damit in den letzten 30 Jahren immense 30 Millionen Hektoliter verlorengegangen. Gründe sind der demographische Wandel und ein verändertes Konsumverhalten. Eine Trendwende ist nicht in Sicht.

Der Abwärtstrend umfasst alle Sorten. Selbst Spezialitäten wie Keller-, Land- und Zwickl-Bier können sich dem Sog mittlerweile nicht mehr entziehen und verlieren an Reichweite. Ein Lichtblick ist die weiterhin starke Entwicklung des „Bayreuther Hell“, welches inzwischen ein fester Name in der Szene ist. Zwar ist in diesem Bereich mittlerweile eine Vielzahl von Brauereien neu eingestiegen, womit zweistelliges prozentuales Wachstum nicht mehr so einfach zu realisieren ist. Dank der konsequenten Markenstrategie können aber weiterhin überdurchschnittliche Absatzsteigerungen erzielt und damit eine gewisse Unabhängigkeit vom Markt erreicht werden.

Im Jahr 2024 legte der Absatz dieser Sorte um weitere 5 Prozent zu, die Wachstumskurve kann also fortgeschrieben werden. „Bayreuther Hell“ überzeugt die Konsumenten nach Überzeugung des Vorstands mit seinem Geschmack und der Ursprünglichkeit, aber auch der Herkunft und der Geschichte. Trotz des Erfolgs dieses Produkts muss immer auf den Wettbewerb und auf Signale in Gastronomie und Handel geachtet werden.

Um das Sortiment weiter abzurunden, wurde nach Angabe von Herrn Leipold im Mai 2024 das „Bayreuther Urstoff“ neu eingeführt. Er sieht darin Unterstützung und Stärkung für das Helle, will es aber auch als Zeichen für die Bier- und Spezialitätenkompetenz verstanden wissen. Zunächst war das „Bayreuther Urstoff“ als Test nur in ausgewählten Getränkefachmärkten und der Gastronomie zu finden. Mittlerweile ist es national gelistet und der Vorstand ist zuversichtlich, dass der Absatzpfad weiterhin nach oben zeigt.

Sodann kam Herr Leipold auf die aktuelle Situation und den Ausblick zu sprechen. Das Marktumfeld gestaltet sich weiterhin schwierig. Viele Brauereien schreiben inzwischen tiefrote Zahlen, was aber nicht wundert, nachdem der Branchenabsatz von Januar bis Mai 2025 um satte 6,8 Prozent nachgegeben hat. Dies waren 2,5 Millionen Hektoliter weniger als im gleichen Vorjahreszeitraum. Die Entwicklung war also nochmals deutlich negativer als im vergangenen Jahr.

Mit Blick auf die enormen Herausforderungen, die sich aus diesem sehr schwierigen Marktumfeld ergeben, ist Herr Leipold sehr froh, dass die Bayreuther Bierbrauerei mit der Brauerei Maisel über einen mehr als verlässlichen Brau- und Vertriebspartner verfügt. Im Tagesgeschäft will er den Fokus auf die prämierten Spitzenbiere und natürlich eine maximale Produktqualität legen. Bayreuther Hell ist nach Augustiner mittlerweile die erfolgreichste Hell-Bier-Marke auf dem Markt. Er sieht das Unternehmen auch auf den sich abzeichnenden Verdrängungswettbewerb vorbereitet.

Weiter teilte der Vorstand mit, dass das Sortiment am 1. Juli 2025 um das „Bayreuther Hell Alkoholfrei“ erweitert wurde. Die Sortimentsfamilie wächst also weiter. Sehr wichtig ist neben einem breiten und guten Angebot auch die Sichtbarkeit am Markt. Wichtig sind in diesem Zusammenhang funktionale Werbemittel und Ausstattung für die Gastronomie, um die Marke für den Endverbraucher sichtbar zu machen und positiv aufzuladen. Als Beispiel aus dieser Kategorie nannte er einen Schankbalken, mit dem mehrere Biere vom Fass gezapft werden können, sowie einen Fass-Stelltisch, der bei Veranstaltungen für Aufmerksamkeit sorgt. Dies kostet Geld, bringt aber auch Mehrwert.

Positiv bewertet der Vorstand auch die breite Präsenz im Markt. Als Beispiel führte er hier das Bayreuther Brauhaus in der Lanxess-Arena in Köln an, das zwar nicht groß, aber ein Hingucker und für die Besucher eine schöne Alternative zum Kölsch ist. Gerne berichtete er zudem von der Wiedereröffnung des Restaurants „Oskar“ in Bayreuth. Nach einem umfassenden Umbau werden die eintretenden Gäste dort jetzt mit drei Zehn-Hektoliter-Biertanks begrüßt, was in den letzten Monaten bereits eine Absatzsteigerung von 15 Prozent bei Bayreuther Hell brachte.

Aktuell ist das größte Projekt der Neubau des Bayreuther Brauhauses. Die Fertigstellung ist unverändert für das Jahr 2026 geplant und es geht, wie er an einem kurzen Video aufzeigte, sichtbar voran. Kunden und Interessenten werden über die sozialen Medien kontinuierlich über den Baufortschritt informiert, was bei den Freunden des Hauses gut ankommt.

## Allgemeine Aussprache

Michael Weiß aus Bayreuth, der nach eigener Angabe schon seit mehr als 30 Jahren Aktionär der Gesellschaft ist, begann mit einem Wort des Dankes an Vorstand, Aufsichtsrat und die Mitarbeiter für die weiterhin sehr erfolgreiche Entwicklung, die sich trotz des widrigen Marktumfelds auch fortsetzt. Großen Anteil daran hat nach seiner Überzeugung die Familie Maisel, ohne deren Engagement die Gesellschaft sicherlich nicht so gut dastehen würde.

Wissen wollte der Aktionär, ob bereits darüber diskutiert wurde, zumindest das bundesweit beliebte Bayreuther Hell auch in Dosen abzufüllen, was derzeit in der Branche erkennbar ein Trend ist. Dafür gibt es, wie Herr Maisel klarstellte, keine Pläne. Aktuell gäbe es dafür auch keine Kapazitäten. Dies wäre erst mit Fertigstellung des Neubaus wieder gegeben. Überdies achte man ein wenig darauf, was die Kollegen bei der Brauerei Augustiner machen, und dort gibt es ebenfalls keine Pläne in diese Richtung. Ebenso erteilte er der Idee, künftig Biermischgetränke anzubieten, eine Absage.

Ein weiterer Aktionär bat um ergänzende Erläuterungen zu der vorgenommenen Abschreibung von 185 Tsd. Euro auf Finanzanlagen. Dies resultiert nach Aussage des Vorstands aus dem Verlustanteil der Tochtergesellschaft Bayreuther Brauimmobilien GmbH & Co. KG, bei der erneut kräftig investiert wurde. Auch im Vorjahr war bei dieser Gesellschaft schon ein Verlust angefallen, was sich entsprechend auf den Buchwert auswirkte.

Noch einmal ein anderer Aktionär monierte, dass der Preis für eine Kiste Maisels Weißbier in den letzten Jahren deutlich gestiegen ist und sich nur selten Angebote im Handel finden. Hierzu stellte Herr Maisel klar, dass man sehr froh sei, dass sich der Preis in dem wettbewerbsintensiven Preisumfeld weit über der Schwelle von 10 Euro bewegt, mit dem eine Brauerei der Größenordnung von Maisel nicht überleben könnte. Noch mehr freut ihn, dass sogar Marktanteile gewonnen werden, die Kunden die hohe Qualität also honorieren.

Daran anknüpfend interessierte einen Aktionär, ob auch am Bayreuther Weißbier festgehalten werden soll, das schließlich am Ende in direkter Konkurrenz zum Produkt aus dem Hause des Großaktionärs steht. Dies bestätigte Herr Leipold. Wie er aufzeigte, bedient das Bayreuther Weißbier mit seinem eher kernigen Geschmack eine völlig andere Zielgruppe. Es gibt keine Pläne, dieses Produkt aufzugeben.

Zuletzt erkundigte sich ein Teilnehmer, ob die Aktionäre zur Einweihung des neuen Bayreuther Brauhauses im kommenden Jahr eingeladen werden sollen. Er fände dies eine schöne Geste. Hierzu merkte Herr Leipold an, dass er als Vorstand dies unbedingt befürworten würde. Herr Maisel zeigte sich zurückhaltender, er wollte den Hinweis lediglich aufnehmen.

## Abstimmungen

Vor Eintritt in die Abstimmungen informierte Herr Maisel über die aktuelle Präsenz. Auf der Hauptversammlung waren 7.254 Aktien vertreten. Bezogen auf das gesamte Grundkapital von 390.000 Euro, eingeteilt in 7.500 Aktien, entsprach dies einer Quote von 96,72 Prozent.

Lediglich 130 Aktien entfielen, wie der Mitteilung über die Stimmrechtsausschlüsse bei der Entlastung des Aufsichtsrats zu entnehmen war, auf außenstehende Aktionäre. Die Familie Maisel war also rechnerisch mit einer Beteiligung von 94,99 Prozent am Grundkapital angemeldet.

Die Entlastung des Vorstands (TOP 2) und des Aufsichtsrats (TOP 3) wurden jeweils einstimmig beschlossen. Damit war die Tagesordnung

auch schon beendet.

Um 11:50 Uhr schloss der Vorsitzende die Versammlung.

## Fazit

Die Aktie der Bayreuther Bierbrauerei AG ist zweifellos eine Spezialität. Insgesamt gibt es bei einem Grundkapital von 390.000 Euro gerade einmal 7.500 Aktien, von denen sich seit vielen Jahren soweit bekannt 94,99 Prozent im Besitz der Brauerei Gebr. Maisel GmbH & Co. KG befinden. Frei verfügbar sind damit lediglich einige hundert Anteile, die, wie ein Blick in den Versammlungsraum zeigt, zu einem großen Teil von regionalen Bierliebhabern gehalten und eher vererbt als verkauft werden.

Damit ist es kein Wunder, dass beim außerbörslichen Handel der Aktie bei Valora ([www.veh.de](http://www.veh.de)) nur ganz selten einmal ein Stück umgesetzt wird. Zuletzt wurde im August 2023, also vor zwei Jahren, eine Aktie zu einem Preis von 2.640 Euro gehandelt. Aktuell werden Geld- und Briefkurs mit 1.800 Euro bzw. 2.000 Euro lediglich getaxt. Wer eine Aktie kaufen will, dem bleibt nichts anderes übrig, als ein Limit zu setzen und Geduld mitzubringen.

Aus Anlagegesichtspunkten lohnt der Kauf allerdings nicht. Fundamental lässt sich ein Kurs von 2.000 Euro keinesfalls rechtfertigen. Die Rendite beschränkt sich schließlich auf eine jährliche Ausgleichszahlung von gerade einmal 5,5923 Euro je Aktie auf Basis des bereits im Dezember 1973 geschlossenen Beherrschungs- und Gewinnabführungsvertrags (BuG). Pläne für eine weitergehende Integration der Gesellschaft in die Maisel-Gruppe, also einen Squeeze-out, scheint es nicht zu geben.

Der Vollständigkeit halber noch die wesentlichen Finanzkennzahlen, die auf der Hauptversammlung nicht einmal erwähnt wurden, die aufgrund des BuG aber derzeit auch keine große Rolle spielen. Das Unternehmen schlägt sich in dem sehr schwierigen Branchenumfeld, in dem immer mehr Brauereien rote Zahlen schreiben, weiterhin wacker. Großen Anteil daran hat das „Bayreuther Hell“, dessen Absatz weiterhin kräftig wächst und das mittlerweile bundesweit und sogar international bekannt ist.

Der Umsatz erhöhte sich im Geschäftsjahr 2024 auf 49,0 (Vorjahr: 46,4) Mio. Euro und das Betriebsergebnis verbesserte sich auf 585 (212) Tsd. Euro. Der an die Großaktionärin Maisel abgeführte Gewinn belief sich auf 404 (34) Tsd. Euro. Das Eigenkapital wird mit 823 Tsd. Euro unverändert ausgewiesen und es wird sich infolge der regelmäßigen Gewinnabführung auch weiterhin nicht verändern. Die Reduktion der Eigenkapitalquote auf 38,2 (45,1) Prozent resultiert allein aus der Verlängerung der Bilanzsumme auf 2,1 (1,8) Mio. Euro.

## Kontaktadresse

Bayreuther Bierbrauerei AG  
Hindenburgstr. 9  
D-95401 Bayreuth

Tel.: +49 (0)9 21 / 401-111  
Fax: +49 (0)9 21 / 401-104

Internet: [www.bayreuther-bierbrauerei.de](http://www.bayreuther-bierbrauerei.de)  
E-Mail: [info@bayreuther-bierbrauerei.de](mailto:info@bayreuther-bierbrauerei.de)

Veröffentlichungsdatum: 22.07.2025 - 13:34  
Redakteur: mwa