



BERENTZEN-GRUPPE
Durst auf Leben

Rede von Ralf Brühöfner

Vorstand der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

anlässlich der

ordentlichen Hauptversammlung der

Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft

am 18. Mai 2022

(virtuelle Hauptversammlung, Live-Übertragung aus Haselünne)

Vorab-Veröffentlichung Stand 11.05.2022

Es gilt das gesprochene Wort!



Chart 28: Übersicht / Ralf Brühöfner

Vielen Dank Oliver.

Sehr geehrte Damen und Herren,
geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre,

auch ich darf Sie alle sehr herzlich bei unserer diesjährigen ordentlichen Hauptversammlung willkommen heißen. Wie annähernd **alle** börsennotierten Unternehmen, deren Hauptversammlungen bis Ende Mai stattgefunden haben oder noch stattfinden werden, haben wir dafür die virtuelle Versammlungsform gewählt.

Ich möchte an dieser Stelle genau wie Oliver Schwegmann die Hoffnung zum Ausdruck bringen, dass wir im Jahr 2023 wieder zu einer Präsenz-Hauptversammlung zurückkehren werden. Schließlich halten wir die direkte Aussprache mit Ihnen als unseren Anteilseignern für ein ganz zentrales Element unserer Aktionärskultur.

Beginnen möchte ich meine eigentliche Rede mit der Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage im Geschäftsjahr 2021 – ein Jahr, das angesichts aktueller politischer und wirtschaftlicher Entwicklungen schon wieder Dekaden von unserer neuen Realität entfernt zu liegen scheint. Ich werde mich daher auf eher kursorische Erläuterungen beschränken. Anschließend werde ich Ihnen die Grundannahmen unserer Prognose für das in vielerlei Hinsicht ausgesprochen anspruchsvolle Geschäftsjahr 2022 darlegen.

Im Anschluss daran werde ich auf den heute zu Ihrer Abstimmung stehenden Dividendenvorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat eingehen. Abschließen werde ich meinen „Zahlen- und Analytik“-Informationsblock mit einer Kurzerläuterung zu den am 3. Mai veröffentlichten Zahlen des ersten Quartals 2022. Weil die Berentzen-Gruppe in ihrem Tun und Wirken aber nicht allein Ihnen als unseren Shareholdern verpflichtet ist, sondern auch die Interessen vieler anderer Stakeholder zu erfüllen hat, weil wir nicht nur auf Quartale und das aktuelle Geschäftsjahr schauen, sondern mindestens auch über die nächste Dekade nachdenken, werde ich auch über unsere Ideen und Maßnahmen zum Thema Nachhaltigkeit

Bericht erstatten. Abschließen werde ich meinen Vortrag mit einer nach dem Aktienrecht formal vorgeschriebenen Erläuterung.

Geschäftsjahr 2021

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

die Corona-Pandemie hat zum zweiten Mal in Folge den Verlauf eines Geschäftsjahres der Berentzen-Gruppe geprägt, denn die in den **ersten** und **letzten** Monaten des Jahres 2021 durch zahlreiche Rechtsakte verfügten Einschränkungen des gesellschaftlichen Lebens haben die Geschäftsentwicklung spürbar behindert. Eine Rückkehr auf das Umsatz- und Ergebnisniveau 2019 war angesichts dieser Rahmenbedingungen nicht möglich und wurde von uns auch nicht erwartet. Die Talsohle des ersten Pandemie-Geschäftsjahres 2020 haben wir allerdings schnell durchschritten: Durch die konsequente Umsetzung unserer produktstrategischen Kernthemen haben wir die **Rohertragsqualität** - also die **Rohertragsmarge** - und mithin den **absoluten** Rohertrag des Konzerns verbessern können. Das war die entscheidende Grundlage für die positive Entwicklung unserer Konzernergebniskennzahlen:

Chart 29: 2021 – Ergebnisentwicklung I

So konnte das Konzern-EBITDA um 1,3 Mio. Euro auf 15,4 Mio. Euro gesteigert werden. Das Konzern-EBIT wurde gleichfalls verbessert und zwar um 28,8 % bzw. 1,5 Mio. Euro auf 6,7 Mio. Euro. Angesichts dessen und vor dem Hintergrund eines geringeren Konzernumsatzes konnten die EBITDA- bzw. EBIT-Umsatzrenditen um jeweils über einen Prozentpunkt auf 10,5 % bzw. 4,6 % erhöht werden. Damit haben wir gezeigt, dass die Berentzen-Gruppe trotz pandemiebedingter Nachfrageeinbrüche ein gesundes, profitables und nun auch wieder ergebnisdynamisches Unternehmen ist.

Chart 30: 2021 – Ergebnisentwicklung II

Den wesentlichsten Einflussfaktor auf die verbesserten Ergebniskennzahlen bildete dabei die erfreuliche Erhöhung des Konzernrohertrags von 67,1 Mio. Euro um ca. 1,3 Mio. Euro auf etwa



68,5 Mio. Euro, dies insbesondere als Folge einer um 3,3 Prozentpunkte verbesserten Rohertragsmarge. Der Effekt aus um etwa 0,7 Mio. Euro höheren sonstigen betriebliche Erträgen einerseits und eines um 0,5 Mio. Euro höheren Betriebsaufwands andererseits war per Saldo hingegen von eher untergeordneter Bedeutung für die verbesserten Konzernergebniskennzahlen EBIT und EBITDA.

Allerdings können diese Veränderungszahlen kaum die Vielzahl derjenigen operativen Maßnahmen abbilden, deren Umsetzungserfolge für das Zustandekommen des Konzernergebnisses schließlich **auch** notwendig waren. Zur Beurteilung der Dimension dessen mag ein Vergleich mit dem Betriebsaufwand des Geschäftsjahres 2019 – also dem letzten Pre-COVID-Jahr – hilfreich sein: Dieser war seinerzeit um immerhin etwa 3,5 Mio. Euro höher als im Geschäftsjahr 2021! Ausgehend von einem um 1,5 Mio. Euro gestiegenen Konzern-EBIT, einem leicht verbesserten Finanz- und Beteiligungsergebnis sowie einem um 0,6 Mio. Euro höheren Ertragsteueraufwand war schließlich auch das Konzernergebnis deutlich höher: Es lag mit 3,7 Mio. Euro merklich über dem Niveau des Vorjahres und mit einem Plus in Höhe von 2,4 Mio. Euro wuchs es somit stärker als das EBIT.

Das hängt auch damit zusammen, dass wir im Geschäftsjahr 2020 für das Segment Alkoholfreie Getränke einen anlassbezogenen Impairment-Test durchgeführt haben und als Folge einen Wertminderungsaufwand in Höhe 1,4 Mio. Euro als Ergebnisondereffekt berücksichtigen mussten. Einen derartigen Ergebnisondereffekt hatten wir im Geschäftsjahr 2021 nicht.

Die Ergebniskennzahlen und auch die Umsatzgrößen des Geschäftsjahres 2021, die ich Ihnen gleich noch näher erläutern werde, entsprachen damit dem Gesamtbild der korrigierten Jahresprognose 2021. Diese hatten wir am 5. Oktober 2021 veröffentlicht – und damit eigentlich zu früh, wie uns später klar wurde, denn in der neuen Prognose war die Erwartung reflektiert, in ein weitestgehend einschränkungsbehaftetes Jahresendgeschäft eintreten zu können. Nur wenige Tage später war diese Illusion zerstört, und so war das letzte Quartal weitaus anspruchsvoller als zunächst eingeschätzt.



Chart 31: 2021 – Konzernumsatzerlöse

Wie Sie aus dem Chart 31 erlesen können, sank der Konzernumsatz nach stetigen Zuwächsen in den Jahren 2017 bis 2019 zunächst auf 154,6 Mio. Euro im ersten Pandemiejahr 2020 und dann auf 146,1 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2021. Wie mein Kollege Oliver Schwegmann bereits erwähnt hat, ist der zuletzt verzeichnete Rückgang um 5,5 % darauf zurückzuführen, dass ein zwar umsatzstarker, aber letztlich ergebnisschwacher Lohnfüllauftrag im Geschäftsjahr 2021 beendet wurde.

Ein Blick auf die einzelnen Segmentumsatzerlöse zeigt, dass deren Entwicklungen im Geschäftsjahr 2021 recht unterschiedlich ausfielen:

In unserem Geschäftsbereich **Spirituosen** mit den Produktbereichen Inlandsmarken einerseits und Export- und Handelsmarken andererseits konnte weitgehend das Umsatzniveau des Vorjahres gehalten werden. Wie bereits im Geschäftsjahr 2020 war die Pandemie dank eines sehr breiten Produktangebotes am wenigsten spürbar, und so konnte der Geschäftsbereich hinsichtlich seines absoluten Geschäftsumfanges in Höhe von 92,7 Mio. Euro weitestgehend an das erfolgreiche Vor-COVID-Geschäftsjahr 2019 anknüpfen.

Dabei erzielte die Berentzen-Gruppe mit inländischen Markenspirituosen Umsatzerlöse in Höhe von 27,7 Mio. Euro. Das entspricht einem Plus von 2,5 %. Einen besonderen Beitrag dazu lieferten unsere Fokusmarken Berentzen und Puschkin, die in Summe ein Umsatzwachstum in Höhe von 7,0 % zeigten – dies trotz der **erneut** zahlreichen und andauernden Einschränkungen des gesellschaftlichen Lebens.

Das Spirituosengeschäft mit Export- und Handelsmarken erzielte im Geschäftsjahr 2021 Umsatzerlöse in Höhe von 65,3 Mio. Euro. Es lag damit um 1,7 % unter dem Vorjahresniveau. Die einzelnen Produktkategorien zeigten zwar unterschiedliche, aber – und das ist das Wichtigste — in der Summe eine **strategiekonforme** Entwicklung: So wurde der Anteil margenschwächerer Standardprodukte weiter reduziert und selektiv durch ertragsstärkere Konzepte ersetzt. Infolgedessen sank zwar der Umsatz der Produktkategorie der Standard-Handelsmarken um 6,4 %; gleichzeitig konnte der Umsatz im Geschäft mit Premium- und Medium-Konzepten jedoch um 2,3 % auf nun 21,8 Mio. Euro erhöht werden.

Darüber hinaus wurde im Exportgeschäft mit Markenspirituosen ein kräftiger Umsatzzuwachs in Höhe von 26,0 % erzielt. Dieser ist vorrangig auf eine positive Umsatzentwicklung im niederländischen Markt sowie auf dem Duty Free-Vertriebskanal zurückzuführen.

Im Segment **Alkoholfreie Getränke** reduzierte sich der Umsatz im Geschäftsjahr 2021 um 10,0 Mio. Euro bzw. 22,0 % auf 35,3 Mio. Euro. Dabei konnte sich das Markengeschäft allerdings mit einem Umsatzplus in Höhe von 1,4 Mio. Euro bzw. 4,3 % deutlich positiv entwickeln, während die übrigen Geschäfte — also Konzession und insbesondere Lohnfüllung — ein sehr deutliches Umsatzminus in Höhe von zusammen 10,5 Mio. Euro generierten. Sie zeichneten sich demzufolge vollumfänglich für das Umsatzminus dieses Segmentes verantwortlich. Der dabei allein auf die Beendigung des Lohnfüllgeschäftes zurückzuführende Umsatzrückgang beträgt 9,9 Mio. Die positive Umsatzentwicklung im Markengeschäft wurde insbesondere durch die Dynamik der Marke Mio Mio getragen: Die koffeinhaltigen Limonaden zeigten mit einem Umsatzplus von 9% erneut ihre wachsende Marktrelevanz.

Das unverändert am stärksten von den Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie betroffene Segment **Frischsaftsysteme** verzeichnete im Geschäftsjahr 2021 eine nur leicht positive Umsatzentwicklung von 2,6 % auf 15,4 Mio. Euro. Der mit Fruchtpressen generierte Umsatz sank dabei um 10,6 %, da sich die potenziellen Kunden bei Investitionen in Frischsaftsysteme weiterhin in Vorsicht übten. Eine erfreuliche Entwicklung zeigte sich hingegen in unseren Kernregionen Deutschland und Österreich: Hier konnte im Geschäft mit Fruchtpressen eine Umsatzsteigerung in Höhe von zusammen 13,0 % erzielt werden. Der Umsatz mit Orangen verzeichnete einen Anstieg in Höhe von 4,5 %, bei den Abfüllgebinden erhöhte sich der Umsatz deutlich um 16,8 %.

Soviel zur Umsatz- und Ertragslage. Im Folgenden möchte ich Ihnen anhand der verkürzt dargestellten Konzern-Kapitalflussrechnung erläutern, wie sich die **Finanzlage** der Berentzen-Gruppe im Jahr 2021 entwickelt hat.



Chart 32: 2021 – Finanzlage

Wie Sie aus der Grafik erkennen können, hat sich der Finanzmittelfonds, der gewissermaßen das Sammelbecken aller kurzfristig verfügbaren Finanzmittel darstellt, von 26,3 Mio. Euro zu Beginn des Jahres auf 28,0 Mio. Euro zum Stichtag 31.12.2021 erhöht. Bevor ich Ihnen erläutere, worauf dies im Einzelnen zurückzuführen ist, möchte ich zuallererst unterstreichen, dass die absolute Höhe dieser Cash-Position keinen Hinweis auf eine gefüllte Akquisitionskasse, einen sogenannten Excess-Cash oder aber ein Übermaß an Finanzierung und insofern sinnloser Bilanzverlängerung darstellt. Es ist vielmehr so, dass etwa die Hälfte der in der Bilanz gezeigten Alkoholsteuerverbindlichkeit regelmäßig am 5. Januar des Folgejahres in einer Summe zu zahlen ist. Unter anderem für diese Zahlung von etwa 19,1 Mio. Euro verwendeten wir die am 31.12.2021 gezeigte Liquidität, die in der Kapitalflussrechnung als Finanzmittelfonds bezeichnet wird.

Zurück zum Nettomittelzufluss 2021 in Höhe von 1,7 Mio. Euro: Dieser wurde zuallererst aus dem erfolgswirtschaftlichen Cashflow in Höhe von 12,6 Mio. Euro gespeist. Der wesentlichste Bestandteil dieser Cashflow-Komponente ist der Mittelzufluss aus dem Konzernergebnis mitsamt seiner verdienten Abschreibungen in Höhe von insgesamt 12,3 Mio. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ist dieser Wert um etwa 3,5 Mio. Euro höher, was unter anderem auf ein höheres 2021er-Konzernergebnis zurückzuführen ist.

Neben dem **erfolgswirtschaftlichen** Cashflow umfasst der **Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit** auch Kapitalbindungen oder -freisetzungen im Zusammenhang mit dem **operativen Geschäft**. Im Geschäftsjahr 2021 entstand dort per Saldo ein Zahlungsmittel**abfluss** von 1,0 Mio. Euro, welcher zum ganz überwiegenden Teil aus sonstigen Kapitalbewegungen **außerhalb** des sogenannten Trade Working Capitals resultierte.

Insgesamt zeigte der Cashflow aus der laufenden Geschäftstätigkeit demzufolge einen — zum Teil auch stichtagsbedingen — Nettomittel**zufluss** von 11,6 Mio. Euro.

Für Investitionen in langfristige Vermögenswerte hat die Berentzen-Gruppe im vergangenen Jahr **per Saldo** etwa 7,3 Mio. Euro ausgegeben. In diesem Saldo sind **Einzahlungen** aus dem Verkauf einer nicht mehr genutzten Immobilie am ehemaligen Produktionsstandort Norden in



Höhe von 1,2 Mio. Euro enthalten. Demzufolge war der Bruttobetrag an Investitionsauszahlungen höher: Er betrug 8,5 Mio. Euro. Damit wurden 3,3 Mio. Euro mehr als im Vorjahr in die langfristige Vermögenssubstanz der Berentzen-Gruppe investiert. Die Investitionen konnten vollständig aus den Abschreibungen und Wertminderungen, die im Jahr 2021 zusammen etwa 8,7 Mio. Euro betragen, innenfinanziert werden. Der investitionsintensivste Geschäftsbereich war dabei erneut das Segment Alkoholfreie Getränke. Die Absatzerfolge insbesondere der Marke Mio Mio erforderten umfangreiche Investitionen in Leergutgebilde im Gesamtwert von 2,7 Mio. Euro. Des Weiteren wurde dort für etwa 1,1 Mio. Euro ein neues sogenanntes Trockenteil einer Glas-Mehrweg Abfüllanlage beschafft. Im Segment Spirituosen erfolgten gleichfalls umfangreiche Investitionen in technische Anlagen und Maschinen – beispielsweise für eine vollautomatische Verpackungsanlage für Premiumprodukte. Deren Gesamtwerte summierten sich auf 1,4 Mio. Euro.

Die Zahlungsbewegungen im Bereich der Finanzierungstätigkeit in Höhe von etwa 2,7 Mio. Euro sind im Wesentlichen auf die Dividendenzahlung in Höhe von 1,2 Mio. Euro und auf den Tilgungsanteil der passivierten Leasingverbindlichkeiten in Höhe von etwa 1,2 Mio. Euro zurückzuführen. Im Zuge der Laufzeitverlängerung des Konsortialdarlehens flossen zudem Mittel für Transaktionskosten in Höhe von 0,2 Mio. Euro ab.

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
den Rückblick auf das Geschäftsjahr 2021 möchte ich mit einer kurzen Erläuterung der Vermögenslage abschließen.

Chart 33: 2021 – Vermögenslage

Die Bilanzsumme betrug zum Stichtag 31.12.2021 rund 142,1 Mio. Euro. Gegenüber dem Vorjahr ist sie damit um 3,1 Mio. Euro bzw. 2,1 % gesunken.

Etwa 56,9 Mio. Euro und damit ca. 40 % der Bilanzsumme sind in langfristige Vermögenswerte investiert. Der zusammengefasste Wert aus Eigenkapital und langfristigen Schulden hat ein annähernd ähnliches Niveau: Er beträgt 59,7 Mio. Euro.



Chart 33b: 2021 – Vermögenslage – Highlight-Effekt ein

Demnach sind zum Bilanzstichtag 31.12.2021 die langfristigen Vermögenswerte durch eine fristenkongruente Finanzierung aus Eigen- und langfristigem Fremdkapital gedeckt. Zwar verringerte sich der sogenannte bilanzielle Deckungsgrad 2 von zuvor 117,5 % auf 104,8 %. Wesentliche Ursache dafür ist aber lediglich ein fristenstruktureller Tausch von Finanzierungstranchen innerhalb des im vergangenen Jahr laufzeitverlängerten Konsortialkredites. Dieser führte zu Ausweisänderungen auf der Passivseite in der Bilanz. Alles in allem zeigt die Kennzahl aber unverändert die fristenkongruente und optimale Finanzierung des Vermögens in der Berentzen-Gruppe.

Chart 34: 2021 – Vermögenslage – Highlight-Effekt aus

Die kurzfristigen Vermögenswerte verringerten sich zum Ende des Geschäftsjahres 2021 von zuvor 89,1 Mio. Euro auf 85,2 Mio. Euro trotz eines um 2,0 Mio. Euro erhöhten Bestands an liquiden Mitteln. Das ist vorwiegend auf umsatz- und stichtagsbedingt geringere Werte an Vorräten, kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und sonstigen kurzfristigen Vermögenswerten zurückzuführen.

Auf der Passiv-Seite erhöhte sich das Eigenkapital um 1,6 Mio. Euro. auf nunmehr 48,9 Mio. Euro. Dies war die Folge der eigenkapitalbelastenden Ausschüttung der Dividende im Geschäftsjahr 2021 in Höhe von 1,2 Mio. Euro **auf der einen Seite** und dem eigenkapitalstärkenden Konzerngesamtergebnis 2021 von 2,9 Mio. Euro **auf der anderen Seite**. Vor dem Hintergrund einer verringerten Bilanzsumme stieg die Eigenkapitalquote um 1,8 Prozentpunkte auf 34,3 %. Die langfristigen Schulden zeigten sich in Summe um ca. 7,9 Mio. Euro reduziert.

Insgesamt können wir Ihnen damit, meine Damen und Herren, auch nach dem „Pandemiegeschäftsjahr 2021“ eine ursolide Bilanz mit ausreichendem Eigenkapital, einer fristenadäquaten Finanzierung und einer bedarfsgerechten Liquiditätsausstattung zeigen. Sie bildet ein beruhigend festes Fundament für Krise oder Wachstum.

Chart 35: 2022 – Ergebnisprognosen



Das war der Blick zurück, und er richtete sich auf eine Welt, von der alle glaubten, dass ein Mehr an Unruhe und Ungewissheiten kaum vorstellbar seien. Seit dem 24. Februar 2022 wissen wir es besser. Vor diesem Hintergrund möchte ich darauf hinweisen, dass die Jahresprognose 2022, über die ich gleich sprechen werde, von einer ungewöhnlich hohen Vielzahl an Annahmen und Einschätzungsunsicherheiten geprägt ist. Das ist im Übrigen auch der Grund für die Wahl eines vergleichsweise großen Intervalls für die Umsatz- und insbesondere Ergebniskennziffern.

Periodenstrukturell, das möchte ich außerdem anmerken, erwarten wir für unsere jeweiligen Konzernumsätze und -ergebnisse in Abhängigkeit vom weiteren Verlauf der Konjunktur und der Situation an den Beschaffungsmärkten eine vergleichsweise hohe Volatilität. Quartalsergebnisse und -dynamiken können und sollten daher nicht linear auf das Restjahr hochgerechnet werden.

Aber nun zur eigentlichen Prognose: Da wir hinsichtlich der Dynamik auf der Nachfrageseite eher optimistisch sind, erwarten wir im Vergleich zum Vorjahr deutlich höhere Konzernumsatzerlöse in einer Bandbreite zwischen 154,0 Mio. Euro und 162,0 Mio. Euro. Alle Segmente werden dazu ihren Beitrag leisten, wenngleich in unterschiedlich starker Ausprägung. Konzern-EBIT und Konzern-EBITDA werden erneut deutlich positiv sein. Dabei wird das Konzern-EBIT einen Wert zwischen 5,0 bis 8,0 Mio. Euro zeigen und das Konzern-EBITDA zwischen 14,0 Mio. Euro und 17,0 Mio. Euro betragen. Maßgeblich für die Erreichung unserer Ziele ist die umfassende Weitergabe der Beschaffungspreiserhöhungen im Volumen von mehreren Millionen Euro an unsere Kunden, also im Wesentlichen an den deutschen Lebensmitteleinzelhandel.

Soviel zu der Ergebnisprognose, die wir im Rahmen des Zwischenberichts zum ersten Quartal 2022 auch nochmals bestätigt haben.



Chart 36: 2021 – Dividende

Meine Damen und Herren,

wir haben im Jahr 2021 unsere Profitabilität wieder deutlich steigern können. Der Free Cash Flow war erneut positiv, die Eigenkapitalbasis ist solide und die Ausstattung mit Fremdmitteln ausreichend und angemessen. Für 2022 erwarten wir erneut eine positive Ergebnissituation, sehen uns aber mit besonderen Herausforderungen auf den Beschaffungsmärkten konfrontiert.

Die Aktie schließlich hat im Kalenderjahr 2021 und im Übrigen auch im ersten Quartal 2022 eine sehr gute **relative** Entwicklung gezeigt hat; dies aber eher deshalb – und das gehört zur Wahrheit dazu – weil der Jahres**start**kurs enttäuschend niedrig war. Aber selbst der nun wieder höhere **aktuelle** Kurs hat nach Einschätzung der Analystenhäuser Metzler, Kepler Chevreux und FMR noch Wachstumspotential.

Zusammen mit unserer „Mindestens 50 %“-Dividendenpolitik sind das die Eckdaten für unseren diesjährigen Dividendenvorschlag. Unter deren Berücksichtigung haben Vorstand und Aufsichtsrat sich zu dem Vorschlag entschieden, die Dividende deutlich von zuvor 13 Ct. auf 22 Ct. je Aktie zu erhöhen. Damit würden etwa 56 % des Konzernbilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2021 zur Ausschüttung kommen. Das entspräche einer Dividendenrendite von 3,5 % auf den Schlusskurs der Aktie im Jahr 2021.

Wir hoffen, dass die von uns vorgeschlagene Dividende einen wichtigen Beitrag zu Ihren persönlichen Total Shareholder Return-Zielen leisten wird. Diesen können Sie im Übrigen mittels Eingabe weniger Daten ganz individuell auf unserer IR-Seite berechnen lassen. Schauen Sie dort einfach mal rein.

Lassen Sie uns nun bitte einen analytischen Blick in das abgeschlossene erste Quartal 2022 werfen:



Chart 37: Q1/2022 – Ertragslage – Umsatz

Erstes Quartal 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Berentzen-Gruppe ist mit einer sehr guten Umsatz- und Ergebnisdynamik ins Geschäftsjahr 2022 gestartet.

Die Qualität dieser Entwicklung lässt sich gut mittels eines Mehrjahresvergleichs und unter Eliminierung der zwar umsatzstarken, aber nahezu ergebnisirrelevanten Pepsi-Lohnfüllumsätze erkennen. Wie mein Kollege schon ausgeführt hat, waren demnach die Konzernumsatzerlöse von 36,1 Mio. Euro im ersten Quartal 2022 bereits wieder höher als im letzten Vor-Corona-Q1 2019. Gegenüber dem Vorjahresquartal 2021 sind sie in dieser Perspektive um 25,2 % gewachsen.

Chart 38: Q1/2022 – Ertragslage – Umsatz inkl. Pepsi

Aber selbst ohne eine solche Bereinigung konnten wir den absoluten Geschäftsumfang im ersten Quartal 2022 wieder auf das Vor-Corona-Niveau zurückbringen. Entscheidend dafür war u.a. das Geschäft mit **Spirituosen**, das mit einem Umsatzplus von 23,9 % den deutlichsten Wachstumsimpuls gezeigt hat. Hiervon verzeichnete das Umsatzvolumen im Geschäft mit Markenspirituosen in Deutschland ein Plus in Höhe von 33,3 % und im Geschäft mit Export und Handelsmarken ein Wachstum in Höhe von 20,5 %. Wenn auch in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2022 zahlreiche Konsumanlässe – z. B. Karneval und private Feiern – erneut ausfielen oder nur mit Einschränkungen stattfinden konnten, fielen die Maßnahmen zur Eindämmung des Coronavirus insgesamt weniger restriktiv aus im ersten Quartal 2021. Unterstützt von unserer Vermarktungsoffensive profitierten davon insbesondere unsere Fokusmarken: Ihre Umsätze waren um 42,5 % über dem Niveau des Vorjahresquartals. Im Spirituosengeschäft mit Export- und Handelsmarken zeigten sich in allen Produktkategorien gleichfalls durchweg positive Entwicklungen: Dabei verzeichnete der Umsatz mit den im strategischen Fokus stehenden Premium- und Medium-Produktkonzepten mit 36,1 % ein



deutliches Plus. Auch Im Exportgeschäft mit Markenspirituosen konnte ein signifikantes Umsatzwachstum verzeichnet werden: Es betrug 79,3%.

Mit einem Minus von 12,7 % verlief die Umsatzentwicklung im Segment **Alkoholfreie Getränke** insgesamt rückläufig. Dies ist allerdings vollständig auf die Beendigung der heute schon mehrfach erwähnten Pepsi-Lohnfüllvereinbarung zum Ende des ersten Quartals 2021 zurückzuführen. Das Markengeschäft hingegen konnte sich mit einem Umsatzplus in Höhe von 6,3 % deutlich positiv entwickeln. Getragen wurde dies insbesondere durch ein 6,8 %iges Umsatzwachstum der Marke *Mio Mio*. Unser Konzessionsgeschäft erzielte gleichfalls einen sehr deutlichen Umsatzzuwachs: Er betrug 1,1 Mio. Euro. Ein wesentlicher Grund dafür ist die Erholung des vorwiegend in den Gastronomie-Absatzkanälen stattfindende Geschäft mit der Marke Sinalco. Einen weiteren ersten Wachstumsbeitrag leisteten die seit Februar 2022 generierten Umsatzerlöse aus Kooperationsprojekten mit prominenten Künstlern.

Das Segment **Frischsaftsysteme** verzeichnete in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2022 ein gutes Umsatzwachstum in Höhe von 33,5 %. Der mit Fruchtpressen und Technik generierte Umsatz stieg dabei um 12,6 %, wobei sich insbesondere die Entwicklung in den Regionen Großbritannien und USA erfreulich zeigte. Früchte verzeichneten ein starkes Umsatzwachstum in Höhe von 27,9 %, bei den Abfüllgebinden stieg der Umsatz sogar noch deutlicher um 67,5 %.

Chart 39: Q1/2022 Deutliche Ergebnissteigerung

Als Folge des signifikant erhöhten Geschäftsumfanges und eines zudem vorteilhaften Produkt- und Segmentmixes stieg der Konzernrohertrag um 2,9 Mio. Euro. Die positiven Ertragseffekte aus dem optimierten Produkt- und Segmentmix konnten die gestiegenen Energie- und Materialkosten überkompensieren und führten zu einer höheren Rohertragsmarge. Bei um 1,9 Mio. Euro erhöhten betrieblichen Aufwendungen zum einen und um 0,3 Mio. Euro geringeren sonstigen betrieblichen Erträgen zum anderen stieg das Konzernbetriebsergebnis bzw. Konzern-EBIT im ersten Quartal 2022 deutlich auf 1,2 Mio. Euro nach 0,5 Mio. Euro im Vorjahr. Das auf diesem Konzern-EBIT aufbauende Konzern-EBITDA betrug 3,2 Mio. Euro gegenüber 2,7 Mio. Euro im ersten Quartal 2021. Das im Vergleich zum Konzern-EBIT weniger starke

Wachstum des Konzern-EBITDA ist auf die um 0,2 Mio. Euro verminderten Abschreibungen zurückzuführen.

Chart 40: Nachhaltigkeit – Strategie und Maßnahmen

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

auch wenn ich gerade über kurzfristige operative Erfolge gesprochen habe: Es ist mir sehr wichtig zu betonen, dass wir selbstverständlich nicht nur die positive Dynamik eines einzelnen Quartals im Blick haben, sondern stets eine nachhaltige, langfristig positive Geschäftsentwicklung anstreben. Dazu gehören nach unserem Verständnis neben der ökonomischen auch die ökologische und die soziale Dimension.

Seit einigen Jahren führen ökologische Veränderungen, gesellschaftliche Prozesse und nicht zuletzt eine politisch motivierte Regulatorik zu einem stetigen Bedeutungszuwachs von sogenannten ESG-Themen. Neben unserer eigenen, intrinsischen Motivation als Unternehmensgruppe mit einer über 260jährigen Historie gewinnt verantwortungsvolle und vorausschauende Unternehmensführung nicht zuletzt auch dadurch für die Berentzen-Gruppe zunehmend an Bedeutung. Im vergangenen Jahr habe ich Ihnen bereits unsere Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt, mit der wir uns zu diesem Thema erneut klar positioniert haben. 0 – 100 – 100 ist das Zahlentriumvirat unserer Zielgrößen in den drei von uns definierten Handlungsfeldern People, Planet und Products, mit denen wir unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten systematisieren und stetig voranbringen.

Damit ist Nachhaltigkeit ein wichtiger Baustein für die gesamte Unternehmensstrategie geworden. Im vergangenen Jahr haben wir eine Reihe von strukturellen und operativen Maßnahmen umgesetzt, um die Erreichung der Ziele unserer Nachhaltigkeitsstrategie konsequent voranzutreiben. Strukturell haben wir beispielsweise unsere CSR-Organisation ausgebaut und ein Sustainability Council zur Steuerung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten in all unseren Organisationseinheiten eingerichtet. Einige besondere Highlights im letzten Jahr waren darüber hinaus unser Beitritt zum UN Global Compact, die Einführung eines neuen betrieblichen Gesundheitsmanagements mit dem Namen *care@work*, die deutliche Ausweitung der Berechnung unseres Corporate Carbon Footprints oder die Definition

freiwilliger Diversity-Ziele in den Führungsebenen für die gesamte Unternehmensgruppe. Dies sind nur einige Beispiele für unser Engagement. Dass wir mit diesen Bemühungen auf dem richtigen Weg sind, zeigt unser sehr gutes Ergebnis im renommierten Ecovadis Nachhaltigkeitsrating. Mit 72 erreichten Punkten haben wir die Gold Medaille erhalten und zählen damit zu den besten fünf Prozent aller bewerteten Unternehmen.

Chart 41: Nachhaltigkeit – Kennzahlen

Parallel zur Veröffentlichung unseres Geschäftsberichts 2021 haben wir allen Interessierten unseren fünften Nachhaltigkeitsbericht auf der Berentzen-Gruppe Corporate Website zugänglich gemacht. Er wurde erstmals gemäß den Standards der Global Reporting Initiative erstellt. Allen, die mehr über Nachhaltigkeit in der Berentzen-Gruppe erfahren möchten, kann ich diesen Bericht nur ans Herz legen. Im Folgenden möchte ich Ihnen daraus eigene Entwicklungen wesentlicher Kennzahlen innerhalb unserer Handlungsfelder People, Planet und Products erläutern.

Wesentliche Kennzahlen für die Erfolgs- und Fortschrittsmessung im Handlungsfeld **People** sind bspw. die Kranken- und die Auszubildendenquote sowie die damit im Zusammenhang zu lesende Übernahmequote. Wie Sie aus den Werten erkennen können, hat uns angesichts einer mit 4,3 % nur moderaten Krankenquote die COVID-Pandemie nur unwesentlich belastet. Dies ist u.a. auf das verantwortliche Handeln unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und auf ein restriktives Schutzkonzept, das bspw. Schichten- und Präsenztrennungen vorsah, zurückzuführen. Die Ausbildungsquote ist von 6,3 % im Jahr 2020 auf 4,7 % im Jahr 2021 gesunken. Leider ist es uns, wie vielen anderen Unternehmen auch, nicht gelungen, alle Ausbildungsplätze zu besetzen. Allerdings konnten wir die Übernahmequote von 71,4 % auf 76,9 % deutlich steigern. Damit haben wir auch im Jahr 2021 der überwiegenden Mehrheit der ehemaligen Auszubildenden eine berufliche Zukunft in unserem Unternehmen geben können.

Im Handlungsfeld **Planet** beschäftigen wir uns insbesondere mit der Verbesserung der Ressourceneffizienz, um so einen Beitrag zu den Klimazielen der vereinten Nationen und der EU leisten zu können. Das ist uns auch im Jahr 2021 gelungen: So konnten wir unseren Stromverbrauch im Vergleich zum Vorjahr erneut um ca. 10 % auf 7,46 Gigawattstunden reduzieren. Wenn wir CO₂ einsparen wollen, müssen wir uns zunächst fragen, **wo** denn

überhaupt die Emissionen entstehen und wie groß unser **gesamter** CO₂-Fußabdruck ist. Um dies zu beantworten, haben wir im zurückliegenden Jahr erstmalig den sogenannten Scope 3 ermittelt. Wir konnten aus dieser Berechnung erkennen, dass die sogenannten Scope 1 Emissionen – also die direkten Emissionen – mit 4.240 Tonnen CO₂-Äquivalente den größten Anteil darstellen. Auf die Scope 2 Emissionen – die indirekten Emissionen aus eingekaufter Energie – entfallen lediglich 29,6 Tonnen CO₂-Äquivalente. Die weiteren indirekten Emissionen – Scope 3 – belaufen sich auf 2.433 Tonnen CO₂-Äquivalente. Bei den Scope 3-Emissionen wurden beispielsweise die Geschäftsreisen, Anfahrt der Mitarbeitenden sowie eingekaufte Güter und Dienstleistungen berücksichtigt. Diese Erkenntnisse liefern uns wichtige Ansatzpunkte für unsere kommenden Dekarbonisierungsaktivitäten.

Auch in unserem dritten Handlungsfeld **Products** waren wir sehr aktiv. So haben wir im Segment Alkoholfreie Getränke den Anteil an umweltfreundlicheren Mehrweg-Gebinden von 69 % im Jahr 2020 auf 87 % im Jahr 2021 gesteigert. Zum Vergleich: Der Branchendurchschnitt liegt bei den deutschen Mineralbrunnen bei nur 52 %. Auch unser Angebot an klimaneutralen Artikeln haben wir erneut ausgebaut – von 35 im Geschäftsjahr 2020 auf 42 im Geschäftsjahr 2021. Diese umfassen die Mineralwassermarken Emsland Quelle, Märkisch Kristall sowie die Marken Emsland Sonne und Mio Mio in Deutschland. Seit Beginn des Geschäftsjahres 2022 kamen 14 weitere Artikel der Marke Mio Mio sowie die Produkte der Mineralwassermarke Sankt Ansgari hinzu.

Das war, geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre, in der Kürze der Zeit nur ein cursorischer Überblick über unsere zahlreichen ESG-Aktivitäten. Ich möchte Sie herzlich einladen, sich auf unserer Seite www.berentzen-gruppe.de im Bereich Verantwortung noch detaillierter zu informieren. Außerdem stehen die Kolleginnen aus der Fachabteilung gerne auch für Nachfragen zur Verfügung.



Chart 42: Übersicht / Ralf Brühöfner

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

bevor ich zum Schluss komme, möchte ich Ihnen kurz noch eine Erläuterung geben, zu der der Vorstand nach den einschlägigen Vorschriften des Aktienrechts gegenüber der Hauptversammlung verpflichtet ist.

Erläuternder Bericht des Vorstands zu den Angaben nach § 289a (Abs. 1) und § 315a (Abs. 1) des Handelsgesetzbuchs

Dabei handelt es sich um die sogenannten Übernahmerelevanten Angaben nach § 289a (Abs. 1) und § 315a (Abs. 1) des Handelsgesetzbuchs, zu denen die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft als mit stimmberechtigten Aktien in einem regulierten Börsensegment notierte Gesellschaft verpflichtet ist.

Diese Angaben sollen es nach dem Willen des Gesetzgebers einem potentiellen Erwerber bzw. Bieter, dessen Ziel es ist, einen nennenswerten Anteil an Stammaktien der Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft zu übernehmen, ermöglichen, sich vor der Abgabe eines Angebots ein umfassendes Bild über die Gesellschaft und ihre Struktur sowie etwaige Übernahmehindernisse zu machen. Auch wenn keine solche Übernahmesituation vorliegt, sind wir gesetzlich verpflichtet, diese Angaben in die Lageberichterstattung aufzunehmen.

Die recht umfangreichen Angaben, die zugleich den erläuternden Bericht des Vorstands dazu umfassen, finden Sie im Abschnitt (5) – Übernahmerelevante Angaben – des zusammengefassten Lageberichts für die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft und den Konzern auf den Seiten 172 ff. des Geschäftsberichts 2021.

Da dort zu den gesetzlich verpflichtenden Angaben im Einzelnen erschöpfend ausgeführt wird, besteht aus Sicht des Vorstands insoweit kein darüber hinausgehender Erläuterungsbedarf, sodass ich es diesbezüglich an dieser Stelle dabei bewenden lassen möchte.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,
sehr geehrte Damen und Herren,

ich bedanke mich sehr herzlich für Ihre Aufmerksamkeit und auch für das Vertrauen, dass Sie uns im zurückliegenden Geschäftsjahr entgegengebracht haben. An diese Stelle und damit abschließend möchte ich mich auch bei unseren etwa 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bedanken. Sie haben in einem Jahr, das in privater und beruflicher Hinsicht für viele erneut extrem herausfordernd war, exzellente Arbeit geleistet und damit den Erfolg der Unternehmensgruppe sichergestellt.

Vielen Dank!