

Zwischenbericht

des Konzerns
zum 30. Juni 2024



**Kulmbacher Brauerei
Aktien-Gesellschaft,
Kulmbach**

Konzernlagebericht zum Zwischenabschluss

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen und Branchenumfeld

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bleiben für die Getränkeindustrie in Deutschland weiterhin schwierig. Die Konsumenten halten sich beim Kauf aufgrund der inflatorisch gestiegenen Preise zurück und kaufen verstärkt Markenartikel im Angebot oder Handelsmarken. Die Gründe liegen hierfür vorrangig in der Lohnentwicklung, die in den ersten Jahren nach der Corona-Pandemie nicht mit der Preisentwicklung insbesondere für Nahrungsmittel und Energie mithalten konnte. Weiterhin sind die Verbraucher durch das teilweise intransparente und nicht klar verständliche Handeln der Politik verunsichert und zeigen Zurückhaltung bei der Verwendung ihres verfügbaren Einkommens. Zudem verharrt die Inflationsrate, zwar mit einem leicht rückläufigen Verlauf, aber weiterhin über zwei Prozent, so dass die Europäische Zentralbank nur zögerlich und in kleinen Schritten Zinssenkungen vornimmt. Der wirtschaftliche Aufschwung verzögert sich und kommt in Deutschland nur sehr verhalten in Gang.¹ Der Lebensmittelhandel, die Gastronomie und das Festgeschäft bekommen die Konsumentenzurückhaltung deutlich zu spüren. Dabei verstärkte der Lebensmittelhandel in der ersten Jahreshälfte 2024 die Aktionsfrequenz zum Teil zusätzlich mit Mengentaffeln zu Dumpingpreisen, von denen hauptsächlich die Hersteller von Markenprodukten betroffen waren.

Branchenentwicklung und Entwicklung der Geschäftsfelder

[Th]	1.1.-30.6.24	1.1.-30.6.23
Bier ²	1.278	1.292
AfG	510	496
Getränkeabsatz	1.788	1.788

Der Bierausstoß der deutschen Brauereien lag kumuliert per Juni um -0,6 Prozent³ unter dem Vorjahreszeitraum. Die positive Absatzentwicklung bis Mai wurde aufgrund der schlechten Witterungs-

verhältnisse im Monat Juni wieder aufgezehrt. Die wirtschaftliche Situation der vielen kleineren und mittleren Brauereien und Mineralbrunnenbetriebe bleibt trotz der im Frühjahr dieses Jahres durchgeführten Preiserhöhungen durch die inflationsbedingten Kostensteigerungen angespannt. Vor allem die hohen Einkaufspreise für Rohstoffe, Energie und Vorprodukte sowie Personal und Logistik belasten die Getränkebranche. Der Verdrängungswettbewerb und der Konzentrationsprozess werden damit in der Getränkebranche weiter verschärft. Das volumenstärkste Segment, der Handel, ist weiterhin von einem preisgetriebenen Wettbewerbsumfeld mit hoher Aktionsfrequenz durch die nationalen Pilsbier-Brauereien sowie durch den Handel selbst geprägt. In der Gastronomie hält der Trend der rückläufigen Absatzentwicklung unverändert an. Die Ursachen hierfür liegen in dauerhaften Gaststätten-schließungen wegen fehlender oder geeigneter Nachfolge, verkürzter Öffnungszeiten aufgrund fehlenden Personals und Kostensteigerungen. Zudem haben die deutschen Verbraucher seit Corona ihre Gaststättenbesuche reduziert und konsumieren dort auch weniger Getränke. Insgesamt schrumpft der Bierabsatz der deutschen Brauwirtschaft seit Jahren weiter. Gegenläufig wächst die Absatzmenge der alkoholfreien Biere in Deutschland⁴, aber auf einem deutlich niedrigeren Volumenniveau.

Die Getränkeabsatzmenge des Kulmbacher Konzerns lag im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres ohne Berücksichtigung der Lohnfertigungsmengen auf Vorjahreshöhe. Die Marke Mönchshof entwickelte sich mit +1,2 Prozent und die Marke Kulmbacher mit +8,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Die Wachstumsmarke Mönchshof konnte insbesondere mit Ihren Bierspezialitäten „Mönchshof Hell“, „Mönchshof Zwickl“, „Mönchshof Natur Radler 0,0 %“ und „Mönchshof Naturtrüb's Alkoholfrei“ weitere Wachstumsimpulse in der ersten Geschäftsjahreshälfte 2024 setzen. Eine sehr erfolgreiche Markteinführung des Neuproduktes „Mönchshof Natur Radler Blutorange“ im April dieses Jahres rundete die erfolgreiche Entwicklung der Marke Mönchshof ab.

¹ www.bmwk.de, Pressemitteilung vom 15. Juli 2024

² ohne Lohnproduktion und -abfüllung

³ Statistisches Bundesamt; Bierabsatz im Juni 2024

⁴ www.destatis.de, Zahl der Woche Nr. 31 vom 30. Juli 2024

Solide Absatzmengenergebnisse erzielten in Nordbayern die Marken „Keiler“ und „Würzburger Hofbräu“. Auf dem sehr preissensiblen ostdeutschen Biermarkt hatten die im Frühjahr durchgeführten Preiserhöhungen bei den Marken Sternquell und Braustolz Absatzmengenrückgänge zur Folge.

Im Geschäftsfeld der Mineralwässer und Erfrischungsgetränke konnte die Kulmbacher Gruppe einen weiteren Absatzmengenwachstum mit der Marke Bad Brambacher von +3,0 Prozent erreichen. Überaus erfolgreich entwickelte sich dabei die Produktsparte Garten-Limonade mit einem Wachstum von +18,8 Prozent.

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Als zentrale Ertragskennziffer und wichtigste Steuerungsgröße findet das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT = operatives Ergebnis) Anwendung. Die Kulmbacher Gruppe erzielte in der ersten Geschäftsjahreshälfte 2024 ein EBIT von T€ 3.342 nach T€ 3.136 im Vorjahreszeitraum. Das Konzernergebnis lag mit T€ 1.788 annähernd auf dem Vorjahresniveau (T€ 1.849).

Die Umsatzerlöse der Kulmbacher Gruppe in Höhe von T€ 140.024 (Vorjahr: T€ 135.298) erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr aufgrund der durchgeführten Preiserhöhungen. Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen mit T€ 1.540 über dem Vorjahreswert (T€ 1.336). Der Materialaufwand stieg auf T€ 58.749 im Wesentlichen aufgrund gestiegener Einkaufspreise insbesondere für Malz, Grundstoffe für Limonaden, Verpackungsmaterialien sowie bei den Handelswaren gegenüber dem Vorjahr (T€ 56.333). Gegenläufig positiv wirkten sich im Vergleich zum Vorjahr die geringeren Energiekosten für Strom und Gas aus. Der Personalaufwand (T€ 31.342) lag aufgrund von Tariferhöhungen einschließlich der gezahlten Inflationsausgleichsprämien über dem Vorjahr (T€ 29.303). Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen (T€ 14.145) lagen annähernd auf dem Vorjahreswert (Vorjahr: T€ 14.143). Dabei entfielen auf die Abschreibungen von Nutzungsrechten nach IFRS 16 im Geschäftsjahr 2024 T€ 3.853 (Vorjahr: T€ 3.835). Außerplanmäßige Abschreibungen fielen im Berichtszeitraum nicht an (Vorjahr T€ 7). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen erhöhten sich auf T€ 36.786 nach T€ 35.567 im Vorjahr.

Die Entwicklung der drei wesentlichen Aufwandskategorien bei den sonstigen betrieblichen Aufwendungen stellt sich wie folgt dar:

[T€]	1.1.-30.6.24	1.1.-30.6.23
Vertriebs- und Marketingaufwendungen	21.820	21.329
Betriebs- und Verwaltungsaufwendungen	9.684	9.310
Reparatur- und Instandhaltungsaufwendungen	5.282	4.928
	36.786	35.567

[T€]	1.1.-30.6.24	1.1.-30.6.23
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	9.847	86
Cashflow aus der Investitionstätigkeit	-7.115	-11.479
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit	-5.018	-6.972
Saldo der Cashflows	-2.286	-18.365

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit übertraf hauptsächlich aufgrund der gegenüber dem Vorjahr geringeren Zunahme des Nettoumlaufvermögens mit T€ 9.847 deutlich den Wert des Vorjahreszeitraums (T€ 86). Aufgrund des niedrigeren Investitionsvolumens lag der Cashflow aus der Investitionstätigkeit bei T€ -7.115 (Vorjahr T€ -11.479). Der Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit belief sich auf T€ -5.018 nach T€ -6.972 im Vorjahreszeitraum aufgrund der zum Vorjahr geringeren Dividendenzahlung.

Die Bilanzsumme hat sich zum 30. Juni 2024 gegenüber dem 31. Dezember 2023 von T€ 251.253 auf € 251.689 nur geringfügig um +0,2 Prozent erhöht. Die langfristigen Aktiva haben sich durch die niedrigeren Investitionen in Sachanlagen um -2,9 Prozent auf T€ 169.745 verringert (31. Dezember 2023: T€ 174.764). Die kurzfristigen Vermögenswerte nahmen um +7,1 Prozent zum einen durch die mengen- und wertmäßige Zunahme der Vorratsbestände und zum anderen durch den saisonbedingten Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zu. Die langfristigen Verbindlichkeiten stiegen leicht um +0,8 Prozent auf T€ 71.728 (31. Dezember 2023: T€ 71.137). Die kurzfristigen Verbindlichkeiten erhöhten sich aufgrund der umsatzbedingten höheren Rückvergütungsverpflichtungen auf T€ 99.442 (31. Dezember 2023: T€ 98.025). Die Eigenkapitalquote verringerte

sich von 32,7 Prozent auf 32,0 Prozent gegenüber dem Bilanzstichtag 31. Dezember 2023.

Investitionen

Die Investitionen der Kulmbacher Gruppe erreichten zum 30. Juni 2024 T€ 8.512 nach T€ 12.500 im Vorjahreszeitraum. Von den Investitionen entfielen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen T€ 7.806 (Vorjahr: T€ 11.815). Die größten Investitionsprojekte betrafen die gruppenweite Optimierung der Anlagentechnik und die Hefebier-Rückgewinnung am Standort Kulmbach sowie die Anschaffung von Mehrweggebinden für unsere Wachstumsmarken. Sonstige Ausleihungen wurden in Höhe von T€ 706 (Vorjahr: T€ 685) ausgereicht. Die Einzahlungen aus Abgängen von Sachanlagen, immateriellen Vermögenswerten und Finanzanlagen lagen bei T€ 1.303 nach T€ 962 im Vorjahr.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Grundlage für den langfristigen Erfolg unserer Unternehmensgruppe sind qualifizierte, engagierte und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Beschäftigtenzahl einschließlich der Teilzeitbeschäftigten im Durchschnitt stellt sich für die erste Geschäftsjahreshälfte in der Kulmbacher Unternehmensgruppe wie folgt dar:

	1.1.-30.6.24	1.1.-30.6.23
Gewerbliche Arbeitnehmer	471	451
Angestellte	387	390
Auszubildende	50	49
Beschäftigte ¹⁾	908	890

1) Beschäftigte im Jahresdurchschnitt inkl. Teilzeitkräfte -geänderte Berechnung zum Bilanzstichtag

Chancen- und Risikobericht

Die Betrachtung von unternehmerischen Chancen und Risiken sind Maßgabe (Ergebnis) unseres unternehmerischen Handelns und unserer Verhaltensrichtlinie. Das Risikomanagement der Kulmbacher Gruppe mit seinem Risikoberichtssystem ist ein fundamentaler Bestandteil der Unternehmensführung.

Die Aussagen zur Chancen- und Risikosituation der Kulmbacher Gruppe und die ausführliche

Darstellung des Risikomanagements im Geschäftsbericht 2023 haben grundsätzlich weiterhin Gültigkeit.

Grundsätzlich sind die Interdependenzen zwischen allgemeiner Wirtschaftslage und Konsumentenverhalten nicht vollständig prognostizierbar. Zudem stellt das Wetter einen wichtigen und schwer vorhersehbaren Einflussfaktor für die Getränkeindustrie dar. Unabhängig vom übergeordneten rückläufigen Markttrend aufgrund der demografischen Entwicklung und eines geänderten Verbraucherverhaltens beim Getränkekonsum, bestehen aber weiterhin gute Entwicklungs- und Wachstumschancen für Bierspezialitäten, Biermischgetränke, alkoholfreie Biere und innovative alkoholfreie Getränke auf dem deutschen Getränkemarkt.

Aufgrund des breiten und qualitativ hochwertigen Produktportfolios und der kurzen und schnellen Entscheidungswege können Wachstumschancen ertragsorientiert genutzt werden. Die starken Regionalmarken und die übergeordneten Wachstumsmarken tragen zum Gesamterfolg der Unternehmensgruppe bei. Die Produkte der Kulmbacher Gruppe haben bei den Konsumenten einen hohen Bekanntheitsgrad und mit den Geschäftspartnern bestehen enge, langjährige erfolgreiche Partnerschaften.

In der Getränkeindustrie besteht ein unverändert hoher Kosten- und Wettbewerbsdruck. Weitere mögliche inflations- oder durch schlechte Ernten bedingt erhöhte Einkaufspreise für Rohstoffe, Verpackungsmaterialien sowie Tariferhöhungen für Dienstleistungen und beim eigenen Personal können nicht im selben Maß an die Verbraucher weitergegeben werden, so dass dies zu einer Belastung des operativen Ergebnisses führen kann.

Um dem anhaltenden Kostendruck entgegenzuwirken und in Zukunft energietechnisch zunehmend unabhängiger zu werden, investiert die Kulmbacher Gruppe in Anlagen zur Energieerzeugung wie Photovoltaikanlagen und Biogasanlagen. Weiterhin werden laufend Prozessabläufe optimiert und in neueste Anlagentechnik investiert, um die Produktivität zu verbessern und um Ressourcen einzusparen. Eine zentrale Rolle, um auch künftig als Arbeitgeber attraktiv zu bleiben und im Wettbewerb und in den Märkten zu bestehen, spielt die fortschreitende Digitalisierung in allen Bereichen der Unternehmensgruppe.

Die möglichen Risiken sind vor dem Hintergrund des bestehenden effizienten Risikomanagementsystems und der im ausreichenden Maß zur Verfügung stehenden liquiden Mittel für unsere Unternehmensgruppe bislang beherrschbar und gefährden aus heutiger Sicht nicht den Fortbestand der Unternehmensgruppe.

Ausblick

Die weitere Geschäftsentwicklung hängt im Wesentlichen von der weiteren inflatorischen Entwicklung ab, die die Kostensituation der Unternehmen beeinflusst. Weiterhin wird sich die verringerte Kaufkraft der Konsumenten darauf auswirken, welchen Anteil sie für die teureren Markenprodukte aufwenden werden.

Unverändert ergeben sich vorrangig für unsere Wachstumsmarken Mönchshof und Keiler gute Absatzchancen aufgrund des umfangreichen und geschmacklich vielfältigen Sortiments mit guter Positionierung in einem rückläufigen Biermarkt. Zusätzlich zeigt das Kulmbacher Edelherb regionale Markenstärke und Entwicklungspotential im Wettbewerb mit den nationalen Pilsbrauereien. Für die führende nationale Marke „Mönchshof“ bei den Bieren im Bügelverschlussgebilde lassen sich durch die gute Vernetzung mit den Vertriebs- und Logistikpartnern weitere Distributionspunkte in Handel und Gastronomie erschließen, was zu einer weiteren Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Marke führt. Aber auch bei unseren regionalen Marktführern Kulmbacher, Würzburger, Sternquell, Braustolz und Scherdel, die in ihren jeweiligen Kernabsatzregionen führende Marktpositionen innehaben, werden Wettbewerbsvorteile durch ein vielfältiges und nicht vom Pilsbier dominiertes Sortiment in einem stark umkämpften Biermarkt geschaffen. Weitere Absatzchancen resultieren aus unseren alkoholfreien Biersorten mit unterschiedlichen Geschmacksausprägungen. Auch unsere Kompetenz bei den Biermischgetränken in Verbindung mit einer starken Marke „Mönchshof“ generiert weiteres Entwicklungspotential, wie die erfolgreiche Neueinführung des „Mönchshof Natur Radler Blutorange“ im Frühjahr 2024 bewiesen hat.

Im Exportgeschäft bestehen Chancen, insbesondere in Italien, durch die Ausweitung der Vertriebstätigkeiten in der Gastronomie.

Im Geschäftsfeld der alkoholfreien Getränke gibt es weiteres Entwicklungspotential aufgrund hoher Akzeptanz der Marke Bad Brambacher bei den Konsumenten insbesondere bei der Produktparte Garten-Limonade.

Sollten sich während des zweiten Geschäftshalbjahres 2024 relevante Änderungen in der prognostizierten Geschäftsentwicklung der Kulmbacher Gruppe ergeben, insbesondere aufgrund eines sich ändernden wirtschaftlichen Umfelds auf das Kaufverhalten der Kunden oder auf unsere Einkaufspreise, werden wir diese zeitnah veröffentlichen und die zu erwartenden Auswirkungen auf die prognostizierten Kennzahlen näher erläutern.

Kulmbach, im August 2024
Der Vorstand

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

vom 1. Januar bis 30. Juni 2024

[T€]	1.1.-30.6.24	1.1.-30.6.23
Umsatzerlöse	140.024	135.298
Sonstige betriebliche Erträge	1.540	1.336
Bestandsveränderung	2.770	1.813
Materialaufwand	-58.749	-56.333
Personalaufwand	-31.342	-29.303
Abschreibungen	-14.145	-14.143
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-36.786	-35.567
Operatives Ergebnis	3.312	3.101
Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen	30	35
Zinserträge	153	111
Zinsaufwendungen	-1.011	-703
Sonstiges Finanzergebnis	35	61
Ergebnis vor Steuern	2.519	2.605
Ertragsteuern	-731	-756
Ergebnis der Periode	1.788	1.849
Anzahl der Aktien in St.	3.360.000	3.360.000
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in €	0,53	0,55

Konzern-Gesamtergebnisrechnung

vom 1. Januar bis 30. Juni 2024

[T€]	1.1.-30.6.24	1.1.-30.6.23
Ergebnis der Periode	1.788	1.849
Neubewertung Pensionsrückstellungen	0	0
Ertragsteuereffekt	0	0
Posten, die nicht in die Gewinn- und Verlustrechnung umgliedert werden können	0	0
Gesamtergebnis der Periode	1.788	1.849

Konzern-Bilanz

zum 30. Juni 2024

[T€]	30.06.24	31.12.23	30.06.23
AKTIVA			
Langfristige Aktiva			
Immaterielle Vermögenswerte	2.765	2.935	2.746
Leasingnutzungsrechte	34.895	37.096	35.291
Sachanlagen	125.529	128.088	121.845
At Equity bewertete Anteile	853	853	763
Langfristige Finanzanlagen	3.724	3.673	3.666
Langfristige Leasingforderungen	1.979	2.119	1.958
Aktive latente Steuern	0	0	0
	169.745	174.764	166.269
Kurzfristige Aktiva			
Vorräte	27.365	23.761	23.740
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	31.547	25.765	39.782
Kurzfristige Finanzanlagen	1.288	1.272	1.276
Kurzfristige Leasingforderungen	714	764	689
Steuererstattungsansprüche	86	260	205
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	7.160	8.597	8.872
Liquide Mittel	13.784	16.070	7.476
	81.944	76.489	82.040
SUMME AKTIVA	251.689	251.253	248.309
Passiva			
Eigenkapital			
Gezeichnetes Kapital	8.600	8.600	8.600
Kapitalrücklage	31.019	31.019	31.019
Gewinnrücklage	40.900	42.472	38.045
	80.519	82.091	77.664
Langfristige Verbindlichkeiten			
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	16.165	13.522	15.394
Langfristige Leasingverbindlichkeiten	31.217	33.037	31.218
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	471	504	517
Pensionsrückstellungen	9.292	9.505	10.196
Übrige langfristige Rückstellungen	1.309	1.304	1.248
Passive latente Steuern	13.274	13.265	11.960
	71.728	71.137	70.533
Kurzfristige Verbindlichkeiten			
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	5.879	5.026	4.961
Kurzfristige Leasingverbindlichkeiten	7.251	7.644	7.228
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	19.484	25.707	22.364
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	14.875	11.195	15.166
Kurzfristige Rückstellungen	51.863	47.998	49.654
Steuerverbindlichkeiten	90	455	739
	99.442	98.025	100.112
SUMME PASSIVA	251.689	251.253	248.309

Auf einen Blick

Finanzkennzahlen im Konzern		1.1.-30.6.24	1.1.-30.6.23	Veränderung in %
Ergebnis				
Getränkeabsatz ¹⁾	Thl	1.788	1.788	0,0
Umsatzerlöse	T€	140.024	135.298	3,5
EBITDA ²⁾	T€	17.487	17.279	1,2
Abschreibungen	T€	-14.145	-14.143	0,0
EBIT ³⁾	T€	3.342	3.136	6,6
Ergebnis der Periode	T€	1.788	1.849	-3,3
Ergebnis je Aktie	€	0,53	0,55	-3,3
Bilanz				
Bilanzsumme	T€	251.689	248.309	1,4
Eigenkapital	T€	80.519	77.664	3,7
Eigenkapitalquote	%	32,0	31,3	2,3
Investitionen ⁴⁾	T€	7.806	11.815	-33,9
Aktie				
Aktien	Anzahl	3.360.000	3.360.000	0,0
Schlusskurs	€	41,20	41,00	0,5
Marktkapitalisierung	Mio. €	138	138	0,5

1) ohne Lohnproduktion und Lohnabfüllung

2) Ergebnis der Periode vor Zinsergebnis, sonstigem Finanzergebnis, Ertragsteuern und Abschreibungen

3) Ergebnis der Periode vor Zinsergebnis, sonstigem Finanzergebnis und Ertragsteuern

4) Immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen