

Kearney-Studie zum Getränkemarkt: Trend geht zu mehr Fusionen und Übernahmen

21.11.2022 | Kunde: Kearney | Ressort: Österreich / Wirtschaft / Handel |
Presseaussendung

In einer aktuellen Studie „M&A in the beverage industry: time for a refresh?“ prognostiziert die globale Unternehmensberatung Kearney, dass sich die M&A-Aktivitäten in den kommenden Jahren verstärken werden. So erhöhte sich zwischen 2019 und 2021 das Volumen von 15 Mrd. auf 25 Mrd. US-Dollar. Ein Ende dieser Entwicklung ist noch nicht in Sicht, liegen diese Beträge doch noch weit unter den Spitzenwerten aus den Jahren 2014 und 2015.

Honorarfreie Fotos, Copyright s. Dateiname, finden Sie im [Pressebereich](#)

Wien/ Düsseldorf am 21. November 2022. Umbruch. „Die Pandemie hat zu beachtlichen Veränderungen in der Getränkeindustrie geführt: Der Absatz von Bars und Restaurants verlagerte sich auf den heimischen Konsum, es gab Unterbrechungen der Lieferketten und die Vorlieben der Kunden haben sich kontinuierlich gewandelt. Daher müssen Getränkehersteller heute mehr denn je in der Lage sein, ihr Produktportfolio flexibel anzupassen. Die Fähigkeit, attraktive Segmente zu identifizieren und zu integrieren bzw. uninteressante Segmente abzugeben, wird ein entscheidender Faktor für den langfristigen Erfolg jedes Unternehmens sein“, so **Adrian Kirste**, Partner bei Kearney. Die globale Unternehmensberatung hat jüngst eine Studie „M&A in the beverage industry: time for a refresh?“ veröffentlicht, laut der M&A-Aktivitäten in der Getränkeindustrie weiter zunehmen. Zwischen 2019 und 2021 stieg das Volumen von 15 Mrd. auf 25 Mrd. US-Dollar. Dazu beigetragen haben auch die aktuellen Transaktionen in der Branche: Coca-Cola European Partners und Coca-Cola Amatil, Nestlé Waters und One Rock Capital Partners, sowie Lipton und CVC Capital Partners. Das liegt noch weit unter dem Spitzenwert aus den Jahren 2014 und 2015, doch die Kearney-Studie prognostiziert einen steigenden Trend in den kommenden Jahren.

Gründe für eine Konsolidierung

„Zwei Faktoren sprechen für weitere M&A-Aktivitäten: Zum einen der Umsatz. Getränkehersteller können Fusionen und Übernahmen nutzen, um sich neue Vertriebskanäle, Regionen oder Kategorien zu erschließen. Außerdem wecken Akquisitionen in der Regel das Interesse der Medien, was wiederum den Bekanntheitsgrad der Marke erhöht. Zum anderen Synergien. Mit zusätzlicher Größe und Reichweite können Hersteller die Kosten in der gesamten Wertschöpfungskette senken. Außerdem erhalten sie eine bessere Verhandlungsposition gegenüber wichtigen Lieferanten und Kunden und können ihre Fähigkeiten durch den Erwerb von Technologie und den Erfahrungsaustausch erweitern“, erläutert Kirste die Prognose der Studie.

Genaue Vorhersagen zur Veränderung der Marktlandschaft in den kommenden Jahren sind schwierig, doch einige Arten von Transaktionen sind wahrscheinlicher als andere. Kearney sieht acht wesentliche Transaktionsvarianten:

- Vertikale Integration mit Auftragsherstellern: Getränkehersteller setzen häufig auf diese Kooperationen, um Produkte mit besonderen Eigenschaften anzubieten.
- Konsolidierung bei den Softdrinks: Der Markt ist in der Regel stark fragmentiert, insbesondere in Schwellenländern, was dazu führt, dass größere Unternehmen kleinere Anbieter aufkaufen. Alternativ dazu könnten lokale Unternehmen Partnerschaften eingehen oder andere Firmen übernehmen. Auch die Erweiterung des Portfolios, um Trends wie Near-Water-Getränke, mit CBD angereicherte und adaptogene Entspannungsgetränke, Mahlzeitenersatzprodukte und Milchalternativen zu bedienen, ist eine Option für die Getränkehersteller.
- Softdrinks und Heißgetränke: Anbieter von Erfrischungsgetränken sichern sich zunehmend den direkten Zugang zu Verbrauchern, indem sie sich mit Kaffeeketten zusammenschließen. Ein erfolgreiches Beispiel ist die JAB Holding, die den Kaffee- und Teemarkt konsolidiert hat und Heißgetränke zusammen mit Erfrischungsgetränken in ihren Lebensmittelketten vertreibt.
- Bier und Softdrinks: Neue Trends der Verbraucherpräferenzen haben Erfrischungsgetränkeproduzenten und Brauereien zusammengeführt. Hier sind vor allem Produkte mit der Bezeichnung Hard Seltzer im Trend. Sie basieren auf kohlenensäurehaltigem Wasser und Alkohol.
- Konsolidierung im Brauereisegment: In einigen Märkten, z. B. in Deutschland, im Vereinigten Königreich und in Spanien, ist der Anteil unabhängiger Brauereien hoch und bietet damit potenzielle Übernahmechancen. Um weiter im Wettbewerb bestehen zu können, müssen sich kleinere Brauereien zusammenschließen oder sich unter das Dach großer Konzerne begeben.
- Softdrinks und Spirituosen: Erfrischungsgetränke und Spirituosen sind seit jeher eine perfekte Kombination, die Synergien im Verkauf, Marketing und Vertrieb bietet. Eine neue Generation von Getränkeherstellern entwickelt Premiumprodukte, die Verbraucher bequem zu Hause genießen können. Soft-Drink-Hersteller arbeiten bereits mit Brauereien bei der Vermarktung von Hard Seltzer-Produkten zusammen, daher ist eine Ausweitung der Kooperation auf Spirituosen wahrscheinlich.
- Spirituosen und Wein: Winzer stehen angesichts der Herausforderungen durch die globale Erwärmung unter großem Druck. Kleinere Firmen suchen häufig den Schutz finanzstarker Muttergesellschaften und werden Teil großer Wein- oder Spirituosenunternehmen.
- Vertrieb über B2B2C-Plattformen: Die Plattform BEES von AB InBev startete 2019 in 16 Ländern und bietet per App mehr als 500 Marken für mehr als 2,5 Millionen kleine und mittlere Händler an. Die Coca-Cola Company, PepsiCo und Unilever haben ähnliche Schritte unternommen und andere werden folgen. Es ist jedoch nicht davon auszugehen, dass Kunden verschiedene Apps verwalten wollen, sodass hier längerfristig eine Konsolidierung zu erwarten ist.

Getränkehersteller müssen jetzt entschlossen agieren, um ihre Portfolios anzupassen

Nach der Pandemie folgten Unterbrechungen der Lieferketten durch internationale Konflikte, Handelsembargos und die dramatischen Auswirkungen der Klimakrise. Die Getränkevorlieben der Verbraucher verändern sich mit großer Geschwindigkeit. Gleichzeitig drängen Behörden und andere Interessengruppen darauf, Betriebe und Produkte noch nachhaltiger zu machen. In diesem Umfeld sind Portfolio-Entscheidungen von wesentlicher Bedeutung und können über Erfolg und Misserfolg entscheiden. Führende

Getränkehersteller müssen jetzt entschlossen handeln, um ihre Portfolios flexibel anzupassen und attraktive Produktsegmente mit hohem Potenzial schnell zu integrieren, während sie andere veräußern, die keine profitable Zukunft haben.

Über Kearney

Wir sind eine von einer globalen Partnerschaft geführte Unternehmensberatung. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen uns zu dem, was wir sind. Zu unseren Klienten zählen viele der Fortune 500 und des DAX sowie global agierende mittelständische Unternehmen. Als Einzelne bringen wir unterschiedliche Leidenschaften und Stärken aus verschiedenen Branchen ein. Was uns bei Kearney eint, ist, dass wir alle die gleiche Begeisterung für unsere Arbeit und die Menschen haben, mit denen wir zusammenarbeiten. Gemeinsam mit ihnen lassen wir aus großen Ideen Realität werden und unterstützen sie dabei, ein neues Kapitel aufzuschlagen.

www.kearney.at

www.twitter.com/KearneyDACH