



# Getränkeindustrie im Strukturwandel

Laut Kearney-Studie zum Getränkemarkt geht der Trend weiter in Richtung Fusionen und Übernahmen.

WIEN. Das Transaktionsvolumen für M&A-Aktivitäten (Mergers & Acquisitions, engl. für Fusionen und Übernahmen) am internationalen Getränkemarkt hat sich laut Studie der global tätigen Unternehmensberatung Kearney zwischen 2019 und 2021 von 15 Mrd. US-Dollar (14,6 Mrd. €) auf 25 Mrd. US-Dollar (24,3 Mrd. €) erhöht. Eine Trendwende ist laut dem Studienautor nicht absehbar.

„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“, erklärt Adrian Kirste, Partner bei Kearney. Die Fähigkeit, „attraktive Segmente zu identifizieren und zu integrieren bzw. uninteressante Segmente abzugeben“, werde ein „entscheidender Faktor für den langfristigen Erfolg jedes Unternehmens“ sein.

## Trend nimmt Fahrt auf

Zum steilen Anstieg des Volumens gegenüber 2019 hätten 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 – beigetragen; und obwohl man damit noch weit unter dem Spitzenwert aus den Jahren 2014 und 2015, sagt die Studie

eine Prolongierung und Verstärkung des Trend in den kommenden Jahren voraus.

Laut Kirste sprechen zwei Faktoren 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.“ Und 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 Tech-

nologiewerwerb und Erfahrungsaustausch erweitern.“

## Zeit der Entscheidungen

„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“, resümiert Kirste – und erwartet in Sachen Transaktionsvarianten u.a. Konsolidierungen im Brauerei- als auch im Softdrinksegment. (red)

”

*Getränkehersteller können Fusionen und Übernahmen nutzen, um sich dadurch neue Vertriebskanäle, Regionen oder Kategorien zu erschließen.*

**Adrian Kirste**  
Kearney

“