



Getränke Zeitung

Berentzen-Gruppe geht in Offensive

Die Berentzen-Gruppe Aktiengesellschaft hat ihre neue Konzernstrategie „Building Berentzen 2028“ bekanntgegeben. In diesem Zusammenhang hat die Unternehmensgruppe erstmalig auch eine quantifizierte Mittelfristprognose für ihre Konzern-Steuerungskennzahlen für das Jahr 2028 vorgestellt. „Mit „Building Berentzen 2028“ schalten wir vom Defensiv-Modus auf Angriff über“, so Oliver Schwegmann, CEO der Berentzen-Gruppe.

Kern der Strategie sei insbesondere die noch stärkere Fokussierung auf die wesentlichen Wachstumstreiber der Berentzen-Gruppe und damit auf die drei Top-Marken Berentzen, Puschkin und Mio Mio. „Unser klares Ziel ist es, die Umsatzerlöse dieser drei Marken bis 2028 zu verdoppeln und damit entsprechend auch die Marktwerte zu steigern“, so Schwegmann. Um dies zu erreichen, würden die Ausgaben für Marketing und Vertrieb in den kommenden Jahren Schritt für Schritt signifikant erhöht. *gz*