vinetur

Hijos de Rivera gründet deutsche Tochtergesellschaft für Estrella Galicia

Der spanische Brauer setzt in einem wichtigen europäischen Biermarkt statt auf Vertriebspartner künftig auf ein eigenes Team.

Dienstag, 13. Oktober 2026



Hijos de Rivera teilte am Dienstag mit, unter dem Namen Estrella Galicia Alemania eine neue Tochtergesellschaft in Deutschland gegründet zu haben. Damit treibt der spanische Brauer seine internationale Expansion voran und baut eine direkte Präsenz in einem der etabliertesten Biermärkte Europas auf.

Das Unternehmen erklärte, die neue Gesellschaft werde mit eigenen Teams in Deutschland besetzt und solle den Absatz sowohl in der Gastronomie als auch im Lebensmitteleinzelhandel steigern. Zudem werde sie daran arbeiten, die Markenpositionierung und Bekanntheit von Estrella Galicia und den weiteren Marken der Gruppe im Land zu stärken.

Die Gründung folgt auf mehr als ein Jahrzehnt, in dem die Produkte des Unternehmens nach eigenen Angaben bei deutschen Verbrauchern gut angekommen sind. Bislang hatte der Brauer seine Präsenz auf dem Markt über externe Partner und Vertriebsvereinbarungen aufgebaut. Mit der neuen Tochtergesellschaft wechselt Hijos de Rivera zu einem Modell, das eine direktere Kontrolle über die Geschäftstätigkeit, die Vertriebsunterstützung und Investitionsentscheidungen ermöglicht.

Im Rahmen dieser Strategie arbeitet das Unternehmen nach eigenen Angaben mit Partnern wie Warsteiner zusammen und hat Regalplätze bei großen deutschen Handelsketten wie Edeka und Rewe gesichert. Die Kombination aus lokalen Partnerschaften und einem Team vor Ort soll den Zugang sowohl zu Supermärkten als auch zu Bars und Restaurants stärken – zwei Kanäle, die das Unternehmen als entscheidend für die nächste Wachstumsphase in Deutschland betrachtet.

Aitor de Artaza, International Business Director des Unternehmens, sagte, die Expansion folge einem nachhaltigen und konsequenten Modell. In einer vom Unternehmen veröffentlichten Stellungnahme erklärte er, Hijos de Rivera konzentriere sich auf Märkte mit ausgeprägter Bierkultur und Verbrauchern, die Produktqualität und Brauverfahren schätzten.

Francisco Ucha, CEO von Corporación Hijos de Rivera, sagte, die deutsche Tochtergesellschaft werde es dem Unternehmen ermöglichen, enger mit Kunden und Verbrauchern zusammenzuarbeiten. Eigene Teams vor Ort sollten dazu beitragen, den Vertrieb zu beschleunigen und Investitionen zur Unterstützung des Unternehmenswachstums zu steuern.

Deutschland ist für den Brauer ein wichtiger Schritt, da der Markt eine große Verbraucherbasis mit einem reifen und stark umkämpften Biermarkt verbindet. Für eine ausländische Marke erfordert eine Expansion dorthin nicht nur Vertriebskapazitäten,

sondern auch eine klare Geschäftsstrategie und starke Beziehungen zum Einzelhandel und zur Gastronomie. Die Entscheidung von Hijos de Rivera, eine eigene Tochtergesellschaft zu gründen, deutet darauf hin, dass das Unternehmen eine ausreichende Nachfrage und Markenbekanntheit sieht, um eine dauerhafte Struktur zu rechtfertigen.

Mit dem Schritt wird Deutschland Teil des wachsenden Netzes ausländischer Tochtergesellschaften von Corporación Hijos de Rivera. Nach Unternehmensangaben verfügt die Gruppe inzwischen über mehr als ein Dutzend Gesellschaften außerhalb Spaniens, unter anderem in Brasilien, China, auf den Philippinen, in Mexiko, im Vereinigten Königreich, in Italien und Portugal. Die Gründung in Deutschland ist Teil der umfassenderen Bestrebungen der familiengeführten Gruppe, international zu wachsen und zugleich Estrella Galicia als Kern ihrer Exportstrategie beizubehalten.

Hijos de Rivera nutzt die internationale Expansion als einen der wichtigsten Wachstumstreiber außerhalb seines Heimatmarkts Spanien, wo Estrella Galicia ein starkes Profil aufgebaut hat. Mit der Gründung lokaler Tochtergesellschaften, statt sich ausschließlich auf Importeure oder Vertriebspartner zu verlassen, strebt das Unternehmen eine engere Kontrolle über die Markenentwicklung, die Umsetzung im Markt und langfristige Investitionen an.

Der neue deutsche Geschäftsbetrieb soll diesen Ansatz unterstützen, indem er dem Unternehmen eine direkte Plattform bietet, um auf die lokale Nachfrage zu reagieren, mit Einzelhändlern und Gastronomiebetrieben zusammenzuarbeiten und die Bekanntheit seiner Marken in einem Land zu steigern, in dem Bier ein tief verwurzelter Bestandteil der Konsumkultur ist.