



Erfreulicher Mengensprung bedeutet Allzeit-Hoch

Markenbeliebtheit entscheidender Faktor für dynamisches Wachstum: Veltins-Ausstoß legt um 8,4% zu

- **Privatbrauerei wächst deutlich stärker als der Markt**
- **Verbraucher-Liebling: Pülleken legt um 25,5% zu**
- **Fassbieregeschäft wieder erfreulich angesprungen**
- **„Geschäft an der Theke“ gehört zur Marken-DNA**

Die Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, setzt ihren Wachstumskurs weiter fort. Während der nationale Biermarkt bis November 2022 um 3,2% zulegte, entwickelte sich das Traditionsunternehmen mit größerem Tempo und erreichte einen Ausstoß von 3,36 Mio. hl (+8,4%). „In jeder Krise liegt eine Chance – wir haben sie mit dem besten Mengenzugewinn in der Brauereigeschichte genutzt“, sagte Generalbevollmächtigter Michael Huber bei der Vorstellung der Jahreszahlen. Zwar seien die Beschaffungskosten zwischenzeitlich enorm gestiegen, doch auf der Marktseite erwies sich die Verbrauchernachfrage als ausgesprochen robust, sodass sich auch die Umsatzentwicklung mit 419 Mio. Euro (+15,7%) dynamisch nach vorn bewegte. „Die Menschen hatten wieder richtig Lust auf Bier. Dementsprechend ist das Fassbieregeschäft zum Sommer vollends angesprungen und bewegt sich nur noch 18% unter Vor-Pandemieniveau“, bilanzierte Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb. „Zum Schwarzsehen gibt es für ein wirtschaftlich stabiles Unternehmen trotz Marktrisiken keinen Grund“, so Michael Huber: „Als Mittelständler wissen wir, dass in schwierigen Zeiten kein Lamentieren, sondern neue Ideen und kräftiges Zupacken helfen!“ Mit einem in der Brauwirtschaft ungewöhnlich hohen Maß an personeller Kontinuität stehe das Traditionsunternehmen im Blick von Handel und Gastronomie wie ein Fels in der Brandung. Der Markenmix von Veltins sei passgenau und verbraucherattraktiv auf die größten Sortenbedürfnisse des Marktes zugeschnitten.

Seit der Jahrtausendwende legt Brauerei um eine Million Hektoliter zu



Der Brauerei C. & A. Veltins gelang es durch die dynamische Marktpformance, den Rückenwind der Pandemiejahre zu nutzen und damit deutlich über Markt- und Wettbewerbsniveau abzuschließen. Innerhalb der drei Krisenjahre konnte die Brauerei C. & A. Veltins immerhin um respektable 10% wachsen. Seit der Jahrtausendwende legte der Ausstoß damit um rund eine Million hl (+42%) zu. „Unsere frühzeitige Strategieweiche und die zielgerichtete Diversifizierung des Produktportfolios haben im Biermarkt feste Anker geworfen“, so Veltins-Generalbevollmächtigter Michael Huber. Damit ist es in den zurückliegenden zwei Jahrzehnten gelungen, das Sortenspektrum entsprechend den Verbraucherwünschen zielgerichtet und kontinuierlich zu erweitern. Das sauerländische Traditionsunternehmen verfügt im Jahr vor dem 200-jährigen Jubiläum über alle marktrelevanten Produkte, die mit rund 80% den Sortenpräferenzen der Verbraucher entsprechen. Während im Handel das Flaschenbiergeschäft für alle Hersteller rückläufig ausfiel, konnte sich die Marke Veltins das Wachstum der letzten Jahre erhalten und einen Ausstoß von 1,77 Mio. hl (+0,1%) erreichen. Die Dose wuchs angesichts wachsender Nachfrage um +7,4%. Mit den Veltins-Ergänzungssorten wurden weitere 115.800 hl erreicht.

Pülleken steht für gutes Lebensgefühl und qualitätsvollen Genuss

Nach Einschätzung der Privatbrauerei wünschen sich die Verbraucher unverändert verlässliche und traditionsreiche Marken mit regionaler Ausstrahlung, die ihnen in unsicheren Zeiten ein gutes Lebensgefühl und qualitätsvollen Genuss vermitteln. So konnte die noch junge Marke helles Pülleken um 25,5% auf 256.000 hl zulegen. Während Bierspezialitäten in den Pandemie-jahren noch veritable Zuwächse erreichten, weil die Verbraucher probierfreudiger und werthaltiger für den Daheimbedarf einkauften, gab es 2022 erwartungsgemäß eine Trendumkehr. Dieser konnte sich die Marke Grevensteiner nicht entziehen, trug aber immer noch 204.800 hl zum Gesamtausstoß bei (-11,9%). Das Grevensteiner Sortentrio ist nach achtjähriger Markenpräsenz in 20.500 Outlets verfügbar und besitzt damit weitreichende nationale Abdeckung. Überdies verhalf die Marke V+ mit weiteren 290.600 hl zum Ausstoßergebnis und konnte am Wiedererstarken des Eventgeschäfts teilhaben.



Gastronomie ist zurück – Fassbiergeschäft wieder angerollt

Zufrieden ist das sauerländische Traditionshaus in der auslaufenden Pandemie mit dem Fassbiergeschäft. „Die Gastronomie ist zurück! Der gesellige Biergenuss besitzt unverändert Empfehlungscharakter und trägt damit im erheblichen Maß zur Wertschätzung einer Premium-Marke bei“, bilanziert Dr. Volker Kuhl, Veltins-Geschäftsführer Marketing/Vertrieb. „Unser Bekenntnis zum Ausbau und zur Pflege der Gastronomie ist elementarer Bestandteil unserer Vertriebsphilosophie.“ Immerhin 14.100 verbundene Betriebe zählt die Traditionsmarke heute und gehört damit zu den großen Brauereipartnern der nationalen Gastronomie. Auch im Auslaufen der Pandemie gelang es, wichtige Impulse für das zwei Jahre daniederliegende Fassbiergeschäft zurückzuholen. Mit einem Fassbierzuwachs um 76,7% auf 443.800 hl hat das Traditionsunternehmen zur bewährten Performance des traditionellen Stammgeschäfts zurückgefunden. Die Weichen wurden bereits gestellt, damit das gastronomische Engagement mit unverminderter Investitionskraft gestärkt werden kann. Trotz der strukturellen Veränderungen in der Gastronomie prognostiziert die Brauerei C. & A. Veltins die Zukunftsfähigkeit des Fassbiergeschäfts und damit eine stabile Vertriebssäule. Mit einem hohen Fassbieranteil zählt die Familienbrauerei unverändert zu den ausgeprägt gastronomieorientierten Brauereien. Dr. Volker Kuhl: „Unser ‚Geschäft an der Theke‘ gilt als unverzichtbarer Bestandteil der Veltins-Marken-DNA.“

„Verständliche Verbraucher-Sehnsucht nach Unbeschwertheit“

Der Weg der vollständigen Genesung dieses traditionsreichen Vertriebskanals werde nach Ende der Pandemie und den wirtschaftlichen Turbulenzen des Krisenjahres 2022 sicher länger dauern, als es zu vermuten war. Nach Einschätzung des Unternehmens ergibt sich durch eine veritable Kombination aus der Akquise von Neukunden und dem Erhalt von Bestandskunden ein unverändert perspektivenreiches Kundenuniversum, das erfolgreiche Gastronomiekonzepte fortschreibt und neue Impulse aufgreift. Dr. Volker Kuhl: „Eines können Krisen den Menschen niemals nehmen: Die verständliche Verbraucher-Sehnsucht nach Unbeschwertheit.“ Sowohl in der Gastronomie als auch im Handel verfolgt Veltins mit seinem Markenmix eine solide, wertorientierte Premium-Strategie, die nach eigener Einschätzung mit einem



Höchstmaß sachkompetenter Kontinuität und ruhiger Hand umgesetzt wird. Partner in Handel und Gastronomie wussten diese Verlässlichkeit auch im Geschäftsjahr 2022 zu schätzen. Der kontinuierliche Aufbau eines alkoholfreien, aber durchaus differenzierenden Sortensegments sollte auch im zurückliegenden Geschäftsjahr Früchte tragen. Veltins Fassbrause erhielt mit ihrem verbraucherakzeptierten Geschmacksspektrum durch die Sorte Bitter Lemon weitere Verstärkung und trug damit 83.800 hl (+15,3%) zum Ausstoß bei.

Mehrweganteil liegt mit 92,5% über Branchenniveau

„Wir konnten uns eine grundsolide Wirtschaftlichkeit auch während der zurückliegenden drei Krisenjahre erhalten, sind aber in dieser schwierigen Marktphase jederzeit bereit zurückzustecken“, merkte der Veltins-Generalbevollmächtigte Michael Huber an. Schon deshalb sieht sich die Brauerei C. & A. Veltins angesichts der jüngsten Wachstumsentwicklung unverändert stabil und ertragsstark aufgestellt. Die Investitionen laufen nach Plan, sodass die erste von zwei neuen Abfüllanlagen schon im Sommer ans Netz gegangen ist. Bis zum Jubiläumsjahr 2024 wird Veltins für rund 100 Mio. Euro das neue Abfüllzentrum für Flaschenbier komplettiert und fertiggestellt haben. Mehrweg ist nach wie vor ein zentrales Thema der Ressourcenschonung der Brauerei C. & A. Veltins, weil es einen klaren Verbraucherwunsch danach gibt. Während der Branchendurchschnitt bei der Verwendung von Mehrwegflaschen und -kästen in der Warengruppe Bier deutschlandweit bei rund 80% liegt, befindet sich das Familienunternehmen mit einem Mehrweganteil von 92,5% traditionell weit darüber.

Umdenken in der Energieversorgung bereits eingeleitet

Nach dem Abschluss der Großinvestition in den Stammsitz Grevenstein stehen neue Investitionen ins Haus. Die Brauerei C. & A. Veltins hat die Wende in der Energieversorgung ihres Traditionsbetriebs in Grevenstein eingeleitet und bereits die Weichen für eine Gesamtstrategie gestellt. „Wir müssen in der Energiefrage definitiv unabhängiger werden“, gibt Veltins-Generalbevollmächtigter die Marschroute für die nächsten Jahre vor. Das Ziel ist es, auf ein klimaneutrales, langfristig nutzbares und wirtschaftliches



System umzustellen. Zwar konnte der Energieverbrauch bereits durch Optimierungen reduziert werden, doch für eine erfolgreiche Energiewende ist die Erschließung von weiteren Reduktions- und Rückgewinnungspotenzialen unverzichtbar. Ein entsprechendes Transformationskonzept soll 2023 angestoßen werden. Schon jetzt ist klar: Die Energiebereitstellung rund um den gesamten Brau- und Produktionsprozess muss in Teilen umgestellt werden, damit die nachhaltige Energie auch wirtschaftlich genutzt werden kann. Am Ende des Umstellungsprozesses wird die interne Energiebereitstellung unter Ausnutzung sämtlicher Rückgewinnungspotenziale zu 100% auf regenerativen Energien aufbauen.

Ansprechpartner

Ulrich Biene, Telefon: 02934 – 959 325, ulrich.biene@veltins.de

Weitere Informationen der Brauerei C. & A. Veltins sowie eine Foto-Download-Option im Internet verfügbar:

www.bierpresse.de, www.veltins.de, www.vplus.de