



SPECIAL

DAS JUBILÄUMS-MAGAZIN

BRAUEREI C. & A. VELTINS
Sonderveröffentlichung



AUS GUTER TRADITION

GASTRONOMIE

200 Jahre
ganz nah am Gast



EVENTS

VELTINS feiert die Feste
wie sie fallen

NOSTALGIE

Der Weg ins
Wirtschaftswunder





Michael Huber
Generalbevollmächtigter

LIEBE LESERINNEN & LESER

ERINNERN SIE SICH NOCH?

„Wir führen Gutes im Schilde“ hieß unsere Werbung damals und alle wussten, dass wir es ehrlich meinen. Kein Gold, kein Glamour – das war nie unser Ding. Wir sind bodenständig, lieben das Sauerland, Westfalen und unsere Brautradition. Das ist bis heute so geblieben. Doch Tradition und Innovation miteinander zu verbinden, das haben wir uns früh auf die VELTINS-Fahnen geschrieben. Das eine zu tun, ohne das andere zu lassen!

Ein deutliches Ja zu frischem VELTINS, aber auch den Mut zu V+. 23 Jahre ist das jetzt her und inzwischen sind Grevensteiner Original und das helle Pülleken dazu gekommen. Unsere Brauer wissen eben, was sie unseren Bierfreunden schuldig sind: Wir treten gern die Beweisführung für guten Biergenuss an!

Das ist das beste Versprechen, das wir Ihnen im 200. Jahr unseres Bestehens geben können! Eben erfrischend anders. Aus guter Tradition.

Ihr Michael Huber

IMPRESSUM

Brauerei C. & A. VELTINS GmbH & Co. KG
An der Streue, 59872 Meschede-Grevenstein
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Druckerei: LUC GmbH, Selm
Gestaltung: Firmazwei GmbH, Düsseldorf

ERFOLGSGESCHICHTE



ECHT LECKER

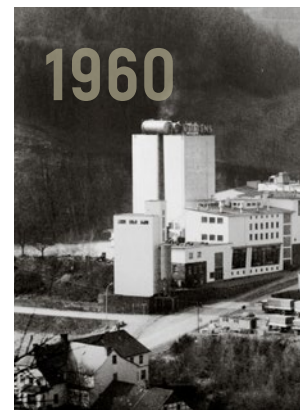
Die Brauerei C. & A. VELTINS feiert ihren Geburtstag im Zeichen des jahrelangen Markterfolgs. Ganz gleich ob am Gartengrill oder auf dem Schützenfest - VELTINS überzeugt. Und das aus guten Gründen.

Gerade weil die Brauerei C. & A. VELTINS allen Marktveränderungen zum Trotz an ihrer traditionellen Philosophie festhält und zugleich in die Zukunft gerichtete Innovationskraft beweist, zeigt die Erfolgskurve seit Jahrtausendbeginn zielgerichtet nach oben. „Bei uns stehen Bierfreunde sowie Partner in Gastronomie und Handel mit ihren vielfältigen Wünschen gleichermaßen im Mittelpunkt“, sieht Michael Huber, Generalbevollmächtigter der Brauerei C. & A. VELTINS die Strategie der letzten 25 Jahre bestätigt. „Jedes unserer Biere muss schmecken und qualitätsvolle Abwechslung schaffen, während die zugehörigen Marken dank ihrer Sympathie für viele Menschen zu genussvollen Lebensbegleitern werden“, stellt Michael Huber fest. Schon deshalb arbeiten Marketing, Vertrieb und Braubetrieb Hand in Hand. Kurzum: Ohne den erfahrenen Braumeister geht bei VELTINS gestern wie heute nichts. Aber wie geht's nach dem 200-jährigen Jubiläum weiter? „Wir wissen heute, dass das Marktvolumen nicht auf Dauer für alle Brauereien reichen wird“, sagt Michael Huber. Bereits in den letzten zwei Jahrzehnten mussten große Marken mächtig Federn lassen. Anders bei VELTINS. Den Werten und Tugenden des Mittelstandes folgte das Sauerländer Familienunternehmen schon immer. „Keine an-



1920

Am Rande des Naturparks Homert wird seit jeher frisches VELTINS gebraut.



1960



Im sommerlichen Biergarten schmeckt das frisch gezapfte VELTINS Pilsener.



Frisches VELTINS auf dem Weg zum Zapfhahn.



Das Wirtschaftswunder ist im Sauerland angekommen.



2024

Heute steht die modernste Braustätte Nordrhein-Westfalens in Grevenstein.



200 JAHRE

GANZ NAH AM GAST

Jedes zweite in Deutschland gekaufte Bier ist ein Pils! Im Sauerland und entlang des Hellweges ist sein Anteil noch höher. Diese Region im Herzen Westfalens ist seit jeher eine Hochburg von frisch gezapftem Pils. Und dennoch unterscheiden sich die Biermarken untereinander. Kein Wunder, dass die Brauerei C. & A. VELTINS gerade hier an vielen hundert Zapfhähnen frisch aus dem Fass läuft. Oft seit Jahrzehnten, manchmal schon seit Generationen. Gastronomie setzt eben auf erfolgreiche Marken und beste Bierqualität. ■

13.200
zapfen frisches
Veltins vom Fass.
GASTRONOMEN



Prost!

MITTEN IM LEBEN

Dort, wo sich Menschen begegnen, ist VELTINS nicht weit. Jedes frisch gezapfte Pils bedeutet Geselligkeit, Kommunikation und Miteinander. Alles mit tiefer Verankerung.

Mitten im Leben. Für die Brauerei C. & A. VELTINS sind Großevents und Veranstaltungen im Herzen Westfalens seit jeher wichtige Anker. „Uns ist jedes Fass Bier auf einem Schützenfest lieber als ein ganzer Container auf dem Weg nach Südostasien“, sagt Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb. Seit 1995 ist er bei VELTINS in der Vertriebsverantwortung, kennt den Biermarkt seit Jahrzehnten wie kaum ein anderer in der Brauwirtschaft. Dass die sauerländische Brauerei auf Kontinuität in der Partnerschaft mit Gastronomen und Vereinen gleichermaßen setzt, ist ein wesentliches Erfolgsmerkmal. „Unser Thekengeschäft ist so etwas wie die Marken-DNA – frisches VELTINS ohne Gastronomie ist undenkbar“, so Dr. Kuhl. Soester Allerheiligen-Kirmes oder Hüstener Kirmes sind nur zwei der vielen Höhepunkte im Terminkalender. Insbesondere in der Heimatregion sind es die Schützenfeste, die einen

wesentlichen Bestandteil im Veranstaltungsbereich der Brauerei C. & A. VELTINS ausmachen. Seit jeher ist die sauerländische Privatbrauerei ein Schwergewicht im traditionellen Schützenwesen. Das VELTINS-Schützen-symposium 2024 ist ein Beweis dafür, denn die Brauerei sorgt in der Partnerschaft mit Vereinen für einen spürbaren Mehrwert. Ganze Schützenhäuser wurden in gemeinsamer Kooperation umgestaltet und damit zukunftsfähig gemacht. Und wer im Sauerland auf einem Schützenfest zu Gast ist, findet dort mehrheitlich frisches VELTINS im Ausschank.

Dabei besitzt der Heimatmarkt mit dem Hochsauerlandkreis, den Kreisen Soest und Olpe, aber auch dem Märkischen Kreis heute wie morgen großes Gewicht. Das dortige Gastronomie-



Dr. Volker Kuhl
Geschäftsführer
Marketing/Vertrieb

Wir wollen mit unserer Leistung überzeugen und dabei hilft natürlich der ständige Dialog.



V+ bei Festivals



Frisches VELTINS auf Jahrmärkten ...



... und bei Konzerten.



Das helle Pülleken auf Events.

Geschäft erweist sich als vielfältiger denn je und fußt auf mehreren Säulen. Der Schwerpunkt gilt natürlich der Pflege der Zusammenarbeit mit der Gastronomie. Hinzu kommen große Sportevents, die wie in der VELTINS EisArena in Winterberg großen Begegnungs- und Eventcharakter beweisen. Darüber hinaus gilt dem langfristigen Sponsoring große Wertschätzung. Seit 1997 steht VELTINS – auch in fanseitig emotional herausfordernden Zeiten – treu an der Seite des FC Schalke 04. Zum anderen verteilen sich einige Festivals auf das Jahr, bei denen sich die Marke V+ als gern gesehener Partner engagiert. Die Vertriebsmannschaft von VELTINS sucht jeden Tag aufs Neue das Gespräch mit potenzi-



Pilsengeschmack, der mitten ins Leben trifft: Frisches VELTINS zählt heute sowohl in Westfalen, als auch deutschlandweit, zu den beliebtesten Fassbieren bei Veranstaltungen und in der Gastronomie.

300.000 FESTIVALBESUCHER *wurden mit V+ erreicht.*

ellen Partnern. Dr. Volker Kuhl: „Wir wollen mit unserer Leistung überzeugen und dabei hilft natürlich der ständige Dialog.“ Nur wer die Wünsche und Probleme seines Gegenübers kenne, könne entsprechende Lösungsansätze bereithalten. „Verlässlichkeit, Kontinuität und Qualität in der Zusammenarbeit sind wichtige Eckpfeiler“, ergänzt Dr. Volker Kuhl. Überdies seien es gerade im lokalen Bereich viele Feste und Veranstaltungen von kleiner und mittlerer Größe, bei denen die Brauerei

C. & A. VELTINS mit ihren Marken VELTINS, Grevensteiner, Pülleken und V+ präsent ist. Durch die 100%ige-Beteiligung am Westfälischen Gastronomie-Service (WGS) können sich nicht nur die Veranstalter im Sauerland, am Hellweg und in der Soester Börde vollumfänglich auf die entsprechende Veranstaltungs- und Bierkompetenz verlassen. Der WGS beliefert inzwischen von seinen vier Standorten aus stimmungsvolle Events und Großveranstaltungen in ganz Deutschland. ■



DA SIND DIE DREI WIEDER

Schön, dass es dieses Trio gibt! Die drei treuen Gesellen auf dem Pülleken-Etikett bringen nicht nur guten Geschmack, sondern zaubern auch ein Schmunzeln aufs Gesicht. Das helle Pülleken konnte im Sauerland und entlang des Hellweges im vierten Jahr in Folge kräftig zulegen und erfährt somit nicht nur weiterhin wachsende Bekanntheit. Vielmehr sind es immer mehr Bierfreunde, die die Leichtigkeit des mild-süßigen Geschmacks zu schätzen wissen. ■



Traditionell auf Schützenfesten...



... und auf Open-Air-Happenings.





WIRTSCHAFTS- WUNDER

Es war der Kampf David gegen Goliath – Pils gegen Export. Den Sortengewinner kennt heute jeder. VELTINS überholte selbst die scheinbar uneinholbare Bier-Bastion Dortmund.



Die Wurzeln in der Tradition: Vor 50 Jahren wurde das Bier noch in den kupfernen Sudkesseln der renommierten Weigelwerke gebraut.

Noch in den Sechzigerjahren schaut die Bierwelt nach Dortmund, im Sauerland geht es beschaulich zu. Während die Dortmunder Union-Brauerei schon 1958 zum Hektoliter-Millionär wird, braut VELTINS gerade mal 44.000 Hektoliter, zehn Jahre später sind es 309.000 Hektoliter. Kann es eine Chance für die Sauerländer Biere geben und womöglich Dortmund als Europas Bierstadt Nr. 1 fallen? Damals ein schier unglaublicher Gedanke. Tatsächlich sollen sich die Wünsche der Menschen im Wirtschaftswunder

der Nachkriegsjahrzehnte neu entfalten, auch die Lust auf mehr Freizeit und Genuss gehört dazu. Bereits zur Mitte der Sechzigerjahre deutet sich ein Wechsel in der Sortenwahl der Bierfreunde an – die feinerherbe Pilsener Brauart findet Gefallen, das Export und damit der einstige Dortmunder Urtyp gerät ins Hintertreffen. Die Brauerei C. & A. VELTINS, die sich seit ihrem Bestehen um die Gastronomie kümmert, nimmt in den späten Sechzigerjahren das Ruhrgebiet ins Visier. In Grevenstein hatte man schon 1927 damit begonnen, ein Bier nach Pilsener Brauart zu brauen – eine gute Empfehlung. Und: Während VELTINS Pilsener im feinen Glaspokal zelebriert wird, präsentiert sich das einst dominante Export im tristen Becherglas. Die Erkenntnis setzt sich durch: Pilsener beweist Kennerschaft! Frisches VELTINS schafft es in den Siebzigerjahren, sich als „besonders“

zu positionieren und sich damit von den Dortmunder „Dickschiffen“ abzuheben. Die dickbauchige VELTINS Steinie-Flasche hilft dabei. Sie ist immer öfter im Ruhrgebiet zu haben und für den Bergmann zur Selbstbelohnung am Feierabend geworden. Das rasante Wachstum, insbesondere seit Anfang der Siebzigerjahre, macht permanente Kapazitätserweiterungen



Historischer Stammtisch-Ascher



Seit jeher verwendet VELTINS eigene Bierhefe.

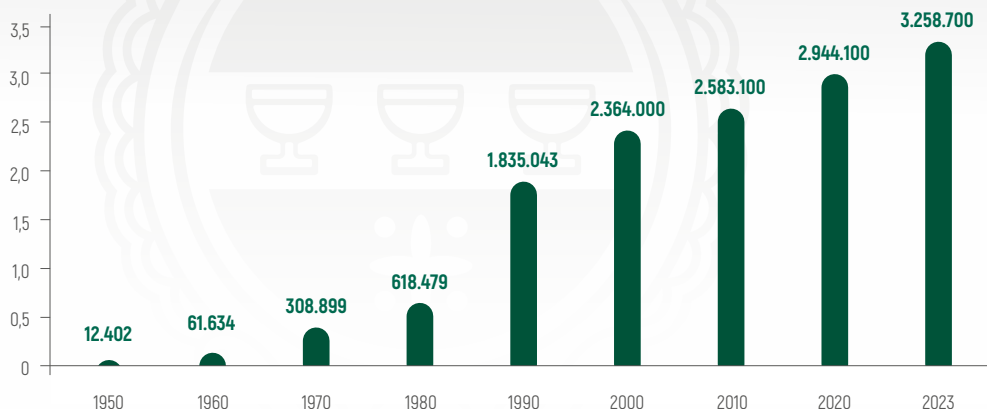


1950 - 2023

Der Markterfolg im Spiegelbild der VELTINS-Zahlen

Die Hektoliterentwicklung auf dem Weg nach oben

Werbemotiv von 1980



Quelle: VELTINS-Archiv



notwendig. Produktionsanlagen und Gebäude müssen in dieser Zeit mehrmals massiv erweitert werden.

Um Platz für einen neuen Fasskeller, ein neues Kessel- sowie ein größeres Sudhaus zu schaffen, werden 1973 immerhin 200.000 Kubikmeter Fels aus dem Berg hinter der Brauerei gesprengt und abgetragen. 1979 kommen ein Hochregallager und ein neuer Flaschenkeller hinzu, letzterer muss bereits 1987 wieder erweitert werden. Der Erfolgsweg nimmt seinen Lauf. Bereits 1984 erreicht der Jahresausstoß von VELTINS Pilsener die Hektoliter-Million, ein Jahr später kommt die Marke erstmals mit einem TV-Spot ins Fernsehen. Die alte Landstraße, die zwischen dem Verwaltungsgebäude und dem Produktionsbetrieb verlief, wurde nördlich verschoben und an den Rand des Firmengeländes verlegt. Seit der Jahrtausendwende kann der Gesamtausstoß der Brauerei C. & A. VELTINS deutlich über Bran-

1984 MARKTERFOLG

Veltsins wird zum Hektoliter-Millionär.

chenniveau vorangetrieben werden. 2018 wird erstmals die Drei-Millionen-Hektoliter-Grenze überschritten. Unter Führung von Susanne Veltsins werden in fünfter Generation wichtige Investitionen vorangebracht, mit der die gesamte Brauerei im Jubiläumsjahr 2024 auf neuesten Standard gebracht ist. ■



Die Siebzigerjahre: Vom Alufass...



... zum Durst in der Gastronomie.

NEUE MARKEN, NEUER GESCHMACK

Die Menschen wünschen Abwechslung – auch beim Bier.
VELTINS hat schon zur Jahrtausendwende darauf reagiert und
Marken wie V+ oder das helle Pülleken zum Erfolg gemacht.

Die Bierfreunde – auch im Sauerland und in der Soester Börde – sind probierfreudiger geworden. Das ist eine Herausforderung, der sich die Brauerei gern stellt. „Es geht mehr denn je um Kreativität und Mut, neue Produkt-Marken-Konzepte voranzubringen und diese im Biermarkt zu verankern“, so Stefan Wiesmann, Marketingdirektor der Brauerei C. & A. VELTINS. „Eines steht fest: Traditionsreiche Marken genießen dann die Wertschätzung der Verbraucher, wenn sie den Erwartungen der Menschen im Biergeschmack Rechnung tragen.“

Aber wie gelingen der Brauerei C. & A. VELTINS diese erfolgreichen Produkte? Es bedarf der langen Erfahrung der Brauer, die immer am Anfang einer

neuen Sortenidee stehen. „Wir verkosten jeden Sud immer wieder und nähern uns zu guter Letzt dem idealen Geschmack an“, erzählt Biersommelière Julia Klose. Ein ganzer Verkosterkreis steht hinter dem Erfolg von Neuentwicklungen. Mit feiner Zunge, geschultem Gaumen und dem richtigen Blick durchs Glas muss das neue Bier jede Verkostung bestehen – perfekte Sensorik geht über alles. Zeitgleich arbeitet das kreative Marketingteam am Erscheinungsbild. Die Gestaltung der Marke muss später im Handel ein klares Signal senden. So steht am Ende des Prozesses ein neues Produkt-Marken-Konzept à la VELTINS.

Noch in den Neunzigerjahren als reine Pilsener-Brauerei geführt, hat die Familienbrauerei frühzeitig reagiert. Mit



Stefan Wiesmann
Marketingdirektor

ALKOHOLFREIE
*getränke im
Sortiment.*

einem heute umfangreichen Produktsortiment setzt VELTINS – anders als mancher Wettbewerber – schon seit mehreren Jahren auf eine Mehrmarken-Strategie. 2001 startete der Biermix V+ und richtete sich mit einem trendigen und Lifestyle orientierten Auftritt vor allem an junge Erwachsene. Die immer wieder aufgefrischten Geschmacksrichtungen vermitteln ein trendjunges Genusserlebnis.

Mit der VELTINS Fassbrause forcierte die Brauerei C. & A. VELTINS 2012 dann ihr Engagement bei den alkoholfreien Getränken und bietet seitdem damit eine geschmackvolle Ergänzung





Julia Klose weiß als versierte Biersommelière um den guten Geschmack eines VELTINS Pilseners.

zu alkoholfreien Radlern und Limonaden an. Zwei Jahre später folgte die Etablierung der Marke Grevensteiner im Spezialitätensegment. In der bauchig-kultigen Steinie-Flasche wurde mit dem bernsteinfarbenen Landbier das altherwürdige Brauhandwerk wieder lebendig.

Den letzten Marken-Coup im deutschen Biermarkt landete VELTINS 2020. In einer damals schwierigen und unwägbaren Marktpase der beginnenden Pandemie folgte die Neueinführung des hellen Pülleken. Der Mut, mit der kleinen Euro-Flasche

Das VELTINS-Sortiment entwickelt sich dem Verbraucherwunsch entsprechend weiter.

auch eine völlig ungesehene Optik bereitzustellen, hat sich gelohnt. Das helle Pülleken mit seinem süffigen Geschmack und unbekümmerten Markenimage ist mit den drei Männchen auf dem Etikett zum Leben erweckt worden. ■



ERFRISCHEND: VELTINS HELLES LAGER

Auf zu Neuem! Ab Juni ergänzt VELTINS Helles Lager das Produktportfolio mit einem erfrischenden Bier in der markentypisch grünen Flasche. VELTINS Helles Lager ist ein untergäriges, filtriertes Vollbier, das anders als viele internationale Lagerbiere nach deutschem Reinheitsgebot ausschließlich aus Wasser, Malz, Hefe und erntefrisch verarbeitetem Hopfen gebraut wird. Die dezente Hopfennote ohne Bittere wirkt auf Anhieb differenzierend zum VELTINS Pilsener. Der Alkoholgehalt der neuen Sorte bewegt sich mit 5,0% vol. im gelernten Spektrum zwischen Pilsener und Hellem. VELTINS Helles Lager ist ausschließlich als Mehrweggebinde 0,275 l erhältlich. Es kommt im markenindividuellen 24er-Mehrwegkasten und als Sixpack in den Handel. ■



VELTINS Helles Lager schafft Erfrischungsgenuss.



Hopfen aus der Hallertau

NACHHALTIGKEIT

BIER MIT GUTEM GEWISSEN



VELTINS-GBINDEMIX ZUM WOHL DER UMWELT

KÄSTEN 78,8%

FÄSSER 14,0%

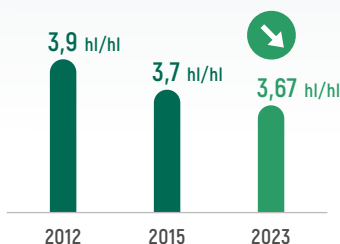
DOSEN 7,2%

Quelle: VELTINS-Archiv



Qualitätskontrolle vor der Abfüllung

RESSOURCENSCHONUNG WASSERVERBRAUCH SINKT



Quelle: VELTINS-Archiv

Die Energiewende wird gelingen! Bei VELTINS stehen große Investitionen an, um in den nächsten Jahren die Klimaneutralität hinzubekommen. Mit Windkraft und Zukunftstechnologie.

Die Zukunft hat bei VELTINS längst begonnen. Sieben Windräder sind in Planung – alles läuft auf die Energiewende zu. „Ohne die Transformation in allen Bereichen ist die Klimaneutralität nicht zu schaffen“, sagt Peter Peschmann, Geschäftsführer Technik der Brauerei C. & A. VELTINS. „Wir wollen eine enkeltaugliche Welt hinterlassen, die für alle lebenswert ist!“ Dabei sind ein hohes Investitionstempo und die Ressourcenschonung etwas, was die Wettbewerbsfähigkeit der Brauerei stärkt. Für das Ziel einer erfolgreichen Energiewende wurden bereits zahlreiche Maßnahmen ergriffen, um den Energieverbrauch innerhalb der Brauerei C. & A. VELTINS zu reduzieren.



Peter Peschmann
Geschäftsführer Technik

Peter Peschmann: „Dabei ist es unverzichtbar, weitere Reduktions- und Rückgewinnungspotenziale zu erschließen.“ Dafür setzen die Sauerländer Brauer auf die Nutzung sämtlicher Einspar-effekte. Überdies strebt VELTINS an, beim Wasserverbrauch und sonstigen Betriebsstoffen die interne

Energiebereitstellung langfristig zu 100% auf regenerative Energien umzustellen. Ein zentraler Bestandteil dieses Konzeptes ist ein weitreichender Umbau der Energieversorgung der gesamten Brauerei. Die Installation einer ersten Photovoltaikanlage auf dem Dach der Sortieranlage markiert den bedeutenden Beginn für eine nachhaltige Energieerzeugung innerhalb des Produktionsbereiches. Die erwartete Jahresleistung dieser ersten Anlage beläuft sich auf rund 283.000 kWh. Weitere Anlagen werden in den nächsten Jahren folgen. Die Photovoltaikanlage steht damit am Anfang einer Reihe von Maßnahmen, die die





Umweltschonender geht es nicht: Über 30 Umläufe macht jede Mehrwegflasche im Durchschnitt.

energetische Transformation voranbringen werden, wird aber auf Dauer ein kleiner Baustein im Energiemix bleiben.

„Wir sehen schwerpunktmäßig die Windkraft als Stromquelle der Zukunft, um fossile Brennstoffe abzulösen und den weitreichenden Energiebedarf der Produktion direkt vor Ort abzudecken“, ist Peter Peschmann guter Dinge. Unter Berücksichtigung der politisch vereinfachten Planungs-

verfahren ist davon auszugehen, dass mindestens zwei Jahre vergehen werden, ehe die projektierten Windkraftträder ihren Betrieb aufnehmen können. Dabei wird der Abstand zur dörflichen Bebauung umfangreich berücksichtigt. Doch Nachhaltigkeit bedeutet mehr: Die Brauerei C. & A. VELTINS engagiert sich auf vielfältige Weise in sozialen Bereichen. Die jährlichen Spenden und Unterstützungsmaßnahmen zu Gunsten sozialer Einrichtungen sowie zur Förderung der lokalen Vereine und Organisationen unterstreichen das Bestreben des Familienunternehmens, einen Teil dazu beizutragen, die Region als lebendiges und lebenswertes Umfeld zu bewahren und zu entwickeln. ■

92,8%
MEHRWEG

*beträgt der Anteil
bei der Brauerei
C. & A. Veltins.*



Seit jeher mit der Landwirtschaft eng verbunden.



Die neue Sudhaustechnologie schont Ressourcen.

ENERGIE

WINDKRAFT UND PHOTOVOLTAIK

Das Ja zur alternativen Energieversorgung der Brauerei C. & A. VELTINS ist eindeutig. Ein Drittel des heutigen Energiebedarfes wird durch Strom, zwei Drittel durch Gas gedeckt. Künftig wird der gesamte Energiebedarf durch regenerativ erzeugten Strom gedeckt werden müssen. Dabei helfen heute schon Photovoltaik-Anlagen, während die ersten Windkraftanlagen bereits genehmigt sind. Die Weichen sind gestellt – die Klimaneutralität der Brauerei ist auf den Weg gebracht. ■



Seit 2024 erzeugt die Photovoltaikanlage auf dem Dach der Sortieranlage Strom.

HOPFEN FÜR DEN GESCHMACK

Marion Pichlmeyer liebt das „grüne Gold“. Die Hopfenbäuerin ist bei VELTINS heute für die beste Qualität verantwortlich, die aus den Hallertauer Hopfengärten in die Sauerländer Sudkessel gelangt.



Schon ihr Vater Jakob Schauer sorgte jahrzehntelang dafür, dass nur qualitätsvoller Hopfen aus der Hallertau ohne Umwege nach Grevenstein kam. Erntefrischer Hopfen ist gewünscht, niemals Hopfenextrakt – das zeichnet frisches VELTINS aus! Hopfenbäuerin Marion Pichlmeyer aus Grafendorf ist für die Qualitätsbeurteilung des Hopfens verantwortlich, genau wie einst ihr Vater ist die VELTINS-Mitarbeiterin für die Bewertung, die Bonitierung, jedes Hopfens verantwortlich. Die Tra-



Marion Pichlmeyer

ditionsbrauerei vertraut auf den Familienbetrieb der Pichlmeyers. Aus gutem Grund, denn hier wird immer ein Auge auf die Pflanzen geworfen, von der Aussaat bis hin zur Ernte, und das bereits in sechster Generation. „Es ist eine anspruchsvolle Arbeit“, weiß Marion Pichlmeyer, „wir erkennen schon anhand des feiwürzigen Geruchs das besondere Aroma und wissen, wie gut sich unser Hopfen macht.“

Heute führt Marion Pichlmeyer gemeinsam mit ihrem Mann Karl den bäuerlichen Traditionsbetrieb. Ihre Kinder Eva-Maria und Jakob wis-

sen worum es geht. Sie packen seit Kindesbeinen in den harten Wochen der Erntezeit mit an und bereiten sich in in ihren Ausbildungen ebenfalls auf



Tochter Eva-Maria Pichlmeyer während der Ernte auf der Hopfendarre.



die künftige Arbeit mit dem Hopfen vor. Bei VELTINS weiß man die enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Familie Pichlmeyer sehr zu schätzen, denn der Hopfen bringt den unverwechselbaren Geschmack ins Pilsener, ins Grevensteiner und ins Pülleken. Darum ist die Leidenschaft für das „grüne Gold“ der Hallertau so wichtig.

7 METER HOCH
rankt eine Hopfendolde.

Die Leidenschaft für den Rohstoff Hopfen erfährt man in der Hallertau alljährlich im Spätsommer: Die Hopfengärten reihen sich aneinander, die Pflanzen ranken in die Höhe. Ihre Faszination entfalten die landschaftsprägenden Felder mit ihren

eigenwillig geformten Dolden und dem unverwechselbaren Duft – gerade in der Erntezeit. Dann rankt der Hopfen sieben Meter hoch. Wie tragend und formend die Rolle des Hopfens im Bier ist, entscheidet schon früh die Wahl der Hopfensorte, die verwendete Hopfenmenge und natürlich der richtige Zeitpunkt der Hopfengabe beim Brauprozess. Nur wenige Gramm sind notwendig, doch deren Bedeutung und Wirkung sind enorm. Je nach Bierstil gibt der Brauer 100 bis 400 Gramm Hopfen auf einen Hektoliter Bier: Biere nach Pilsener Brauart wie das VELTINS Pilsener werden etwas stärker gehopft als malzbetonte Exportbiere. Jedes Gramm Hopfen, jeder Grad des Sudes entscheidet über den Geschmack – der Brauprozess kitzelt das Individuelle des Biergeschmacks heraus. Eben marken- und brauerei-individuell. Rund 200 Tonnen Hopfen gelangen pro Jahr nach Grevenstein, erntefrisch versteht sich. Den Pichlmeyers sei Dank. ■

NUR DAS BESTE FÜRS GUTE BIER

Über 500 Jahre Hopfen, Malz, Hefe und Wasser. Sonst nichts. Das ist das Reinheitsgebot von 1516. Die Menschen im Lande können sich glücklich schätzen, denn das älteste Lebensmittelgesetz ist das Beste, was dem Bier bis heute passieren konnte. Und die Brauerei C. & A. VELTINS ist froh, gemäß des deutschen Reinheitsgebots brauen zu dürfen – wohlschmeckende Biere sind das Ergebnis der Grevensteiner Braukunst. Das Reinheitsgebot von 1516 lebt und ist Garant für eine Natürlichkeit, wie es kaum ein anderes Lebensmittel versprechen kann. Das älteste Lebensmittelgesetz ist so sicher wie kein anderes, immerhin haben der technologische Fortschritt und der wissenschaftliche Hintergrund das Brauverfahren perfektioniert. ■



Marion Pichlmeyer prüft ihren Hopfen auf höchste Qualität.



Genauso wichtig: Die Qualitätskontrolle bei der Malzannahme in Grevenstein.

DAS SIND WIR

Kolleginnen und Kollegen berichten



„Die Menschen draußen im Markt mögen uns. Wir haben sehr gute Marken mit hoher Reputation. Damit gehe ich gern in Vertriebsgespräche.“

Sebastian Boer Account Manager
Handel, bei VELTINS seit 2016

„VELTINS ist eine tolle Marke mit tollen Produkten. Ich bin stolz, ein Teil davon zu sein.“

Hanna Wiese Mikrobiologische Analytik, bei VELTINS seit 2020



„Die Brauerei ist technisch auf einem modernen Stand. Insbesondere die neuen Abfüllanlagen bieten einige Highlights. Da macht das Arbeiten Spaß.“

Marcel Stoltefaut Abfüllung,
bei VELTINS seit 2020

„Die Zusammenarbeit passt einfach. Ich arbeite bei VELTINS in einem familiären Umfeld mit einem tollen Team zusammen.“

Corinna Lutter Duale Studentin Business Administration, bei VELTINS seit 2021

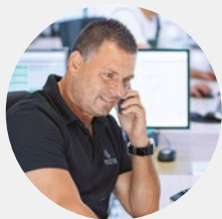


„Wirklich klasse – viele meiner Arbeitskollegen sind inzwischen zu guten Freunden geworden.“

Niklas Siepe Industriemechaniker,
bei VELTINS seit 2019

„Mein Aufgabengebiet im Vertriebsinnendienst ist nah am Kunden und sehr abwechslungsreich. Wir sind ein eingespieltes Team, das den Außendienst stärkt.“

Aline Bedkowski Kundenservice Gastronomie, bei VELTINS seit 2019



„Wir haben in der Brautechnik ein richtig gutes Arbeitsklima, das Miteinander der Kollegen funktioniert – da fühlt man sich einfach wohl.“

Torsten Müller Brauer & Mälzer,
bei VELTINS seit 1994

„Die Zusammenarbeit mit Kunden, Vorgesetzten und Kollegen ist sehr partnerschaftlich. Das macht für mich einen guten Arbeitgeber aus.“

Sebastian Lingk Gebietsverkaufsleiter Gastronomie, bei VELTINS seit 2013



Arbeiten in einem Familienunternehmen heißt, die Tradition zu bewahren und die Zukunft zu gestalten.

SPASS A

Biere und Marken erfolgreich mitgestalten. Bei VELTINS gelingt das.

Ein Blick in die Zahlen der Personalentwicklung der Brauerei C. & A. VELTINS spiegelt nüchtern wider, was jeder Mitarbeitende als Beitrag zum Großen und Ganzen leistet. Mit 721 Beschäftigten wurde 2023 die Belegschaft erneut ausgebaut – ein Plus von 1%. Das dynamische Wachstum der letzten Jahre mit notwendigem Brauereiausbau hat das Familienunternehmen zu einem wichtigen und vor allem verlässlichen Arbeitgeber im Sauerland gemacht. Zwischen 1995 und 2023 wuchs die Belegschaft um 76%. Auch dank zahlreicher Auszubildenden, die ihren beruflichen Werdegang in Grevenstein begonnen haben.

Die Brauerei C. & A. VELTINS zählt insgesamt 34 Auszubildende in 13 Berufsbildern. Die Belegschaftsentwicklung mit langfristigen Aus- und Weiterbildungen stand seit jeher im Mittelpunkt der unternehmerischen Aktivitäten. Seit Jahren unterstützt das Traditionsunternehmen die verantwortungsvolle Berufsausbildung junger Menschen und setzt auch künftig auf vielseitige Berufsbilder – von Handwerksberufen



Jan Henningsen
Personalleiter

AZUBIS FÜR DIE ZUKUNFT

Als Ausbildungsbetrieb übernehmen wir eine wichtige gesellschaftliche Verantwortung, indem wir jungen Menschen nicht nur Wissen und Fertigkeiten vermitteln, sondern sie auch in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung fördern“, sagt Jan Henningsen, Personalleiter bei VELTINS. „Im Sauerland haben wir einen wachsenden Bedarf an qualifizierten Arbeitskräften. Die Ausbildung ist ein entscheidender Motor für die regionale Entwicklung. Wir bilden Fachkräfte aus, die nicht nur fachlich versiert, sondern auch teamfähig sind, kreativ und lösungsorientiert denken und somit die Zukunft der Brauerei aktiv gestalten.“ ■



Die Betriebszugehörigkeit bei VELTINS liegt bei über 15 Jahren.

N DER ARBEIT

bis zu innovativen Technologien. Auch 2023 wurden drei ehemalige Auszubildende von der Industrie- und Handelskammer (IHK) Arnsberg für ihre herausragenden Leistungen geehrt. Sie alle hatten ihre Abschlussprüfungen mit der Note „sehr gut“ bestanden und gehörten damit zu den „Besten der Besten“ ihres Jahrgangs. Diese herausragenden Leistungen zeigen nicht nur das Engagement und die harte Arbeit der talentierten VELTINS-Auszubildenden, sondern auch die Qualität und Intensität des internen Ausbildungsprogramms.

Die konsequente Aus- und Weiterbildung eigener Fachkräfte zeigt Wirkung – die Qualifizierungsoffensive geht weiter. 2023 nahmen 137 Mitarbeitende an Schulungen teil. Das entspricht einer Personalentwicklungsquote von rund

19%. Rund 200.000 Euro investierte die Brauerei C. & A. VELTINS ausschließlich in dieses Feld der Personalentwicklung. Auch damit gelang es, sich Fachkräften als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Kurze Entscheidungswege und flache Hierarchien sowie ein

34
AZUBIS

*in 13 Berufsbildern
beschäftigt Veltins.*



Der Gemeinschaft dienen: Es gehört zum guten Ton, dass Mitarbeitende, die sich ehrenamtlich für die Feuerwehr, die DLRG oder das DRK engagieren, freigestellt werden.

motivierendes Betriebsklima, attraktive Vergütung und eine verlässliche Tarifbindung bei gleichzeitig langfristiger Beschäftigungsperspektive zählten 2023 zu den Schwerpunkten in der Personalstrategie. Einen weiteren Beitrag leistet das präventive Gesundheitsmanagement VELTINS Vital, das buchstäblich für Bewegung in der Belegschaft sorgt. Die Organisation verschiedener Laufevents und die Aktive Office-Pause gehören ebenso dazu wie ein Freibad-Angebot für Frühschwimmer. ■

Wir bilden aus!



KARRIERE

Informieren Sie sich über Ausbildungsangebote und Ausbildungsmöglichkeiten.

SCHWERSTARBEIT AUF FÄSSER-TOUR

Von den Fünfziger- bis Achtzigerjahren wächst der Fuhrpark der Brauerei C. & A. VELTINS enorm. Es sind Lkw, die längst zu beliebten Klassikern geworden sind. Damals leisteten die PS-starken Lastzüge genauso Schwerstarbeit wie die beiden Männer im Führerhaus.

Der Anfang ist gemacht. Im Jahr 1952 sind es die Mitarbeiter Nummer 19 und 20. Als Horst Wiegand und Roland Schedek bei der Brauerei C. & A. VELTINS ihren Beruf antreten, zählen die beiden „Bierfahrer“ mit ihrem ersten Stundenlohn von 1,79 D-Mark zu den jungen Kräften der Wiederaufbaujahre. Sie sorgen sogleich dafür, dass die ersten Fässer des ersten Nachkriegsjahrzehnts zu den Gaststätten im Sauerland und in der Soester Börde gelangen. Der Fuhrpark sieht bescheiden aus – noch. Er besteht 1952 aus ganzen vier Fahrzeugen. Ein Austro Daimler-Lastwagen, angeschafft

im Zweiten Weltkrieg, war für Großtransporte vorgesehen. „Der Austro wurde im Krieg auf Holzgasbetrieb umgerüstet“, erzählt Ro-



Armin Naumann, Brauer und Mälzer bei VELTINS, in Bierkutscher-Kleidung der Sechzigerjahre.

land Schedek. Drei Säcke Buchenholzabschnitte auf 100 Kilometer verbraucht der Lkw bei einem Drittel weniger Leistung als bei Dieselmotor. Roland Schedek und Horst Wiegand sind fünf Tage in der Woche unterwegs – der Samstag ist der Wartung gewidmet. Bierfahren bedeutet in den Fünfzigerjahren, mit dem kleinen Fuhrpark die VELTINS-Gastronomie verlässlich

zu bedienen – ganz gleich ob bei Sturm oder Schnee. Schedek und Wiegand teilen sich jahrelang ein Führerhaus. „Lenkung und Kupplung gingen derart schwer, dass man zu Anfang abends Muskelkater hatte“, erinnert sich Horst Wiegand. Und von Geschwindigkeitsrausch keine Spur: Bei 50 oder gar 55 Kilometern pro Stunde ist seinerzeit das Ende der Fahnenstange definitiv erreicht.

Es ist Schwerstarbeit. Die Holzfässer mit 50 oder 100 Litern müssen morgens aus dem Lagerkeller gerollt und bei den Wirtinnen wieder abgeladen werden. Anfangs transportiert das Bierfahrer-Duo ausschließlich Fassbier, zum Ende der Fünfzigerjahre kommt Flaschenbier in schweren Holzkästen hinzu.



Horst Wiegand



Roland Schedek



Bis weit in das 20. Jahrhundert hinein wurde das frische VELTINS noch mit einem eigenen Fuhrpark von den Mitarbeitern der Brauerei zu den Gaststätten geliefert.



Der mächtige Mercedes-Benz-Hauber dröhnte als erster leistungsfähiger Transport-Lkw mit seiner donnernden Diesel-Maschine durchs Sauerland.





Auf dem Weg ins Wirtschaftswunder: Der Fuhrpark sollte kontinuierlich wachsen. Zu Beginn der 1960er-Jahre standen Mercedes-Benz L321 auf dem Hof, dazu kamen Lieferwagen vom Typ L319. Damals formierte sich ein konsistenter Markenauftritt, Lkw waren wichtige Botschafter.

4 FAHRZEUGE zählt der Veltins- Fuhrpark 1952

Dann wird auch der Fuhrpark komfortabler. Weil sich die Geschäfte ziemlich gut entwickeln, kauft Brauereichef Carl Veltins die ersten nagelneuen Mercedes-Benz Frontlenker vom Typ LP 323. Alle im strahlenden Grün mit weißem Dach und roter Bauchbinde. Diese Gestaltung wird zum Wiedererkennungsmerkmal eines Fuhrparks, der in den Sechzigerjahren weiterwächst. Später kommen die neuen kubischen Lkw Mercedes-Benz vom Typ LP hinzu, dann folgen in den Siebzigerjahren die Getränkekofer. Inzwischen haben sich die Strecken verlängert – weit über das Sauerland und dann auch Westfalen hinaus. VELTINS Pilsener überzeugt von Jahr zu Jahr mehr Gastronomen.

Sogar bis zur Nordsee reicht damals der Kundenstamm – zweimal im Monat wird Norddeich angesteuert. An der Nordsee kaufen die Sauerländer Bierfahrer auch Fisch für die Heimat. Mit den Krabbenfischern tauschen Schedek und Wiegand ihr „Frühstück“: Flaschenbier gegen frische Krabben. In den Achtzigerjahren nähert sich die große Ära des Brauereifuhrparks auch bei VELTINS dem Ende zu. Von nun an übernehmen die Getränkefachgroßhändler in allen Teilen der Bundesrepublik die Regie. Aus einer Bringlogistik wird ein Abholgeschäft. Heute zählen

ein Dutzend Lkw zum Brauereifuhrpark. Die meisten Fahrzeuge sind dann zu Festen unterwegs und bringen die Ausschankwagen dorthin. Aber auch Getränkeverleger schicken ihre Transporter mit den VELTINS-Lettern auf den Flanken Tag für Tag auf den Weg – es sind die Farben des guten Geschmacks. ■



Raus aus dem Sauerland – mit faltbaren Verkaufskarten suchte VELTINS den Weg in fernere Märkte. Die Flaschenkartons ließen sich einfach per Post bestellen – praktischerweise damals in der Einwegflasche aus Glas.



Einen optisch einheitlichen Fuhrpark gab es nicht, doch der Markenschriftzug hatte in den 1950er-Jahren hohen Wiedererkennungswert.



Während die Holzfässer früher noch per Hand auf- und abgeladen wurden, war es in den 1970er-Jahren schon deutlich einfacher geworden. Per Stapler konnten die Aluminiumfässer auf die Lkw gepackt werden.





Die VELTINS-Kronkorken begeistern seit Jahren die Markenfans. S04-Spieler Benedikt Höwedes zog den Hauptgewinner.



TV-Spots mit Kultcharakter: Rudi Assauer und Simone Thomalla standen vor der Kamera.

AN DER SEITE VIELER CLUBS

TREUE BEWEISEN



Wo Siege gefeiert werden, ist frisches VELTINS gern dabei. Am liebsten in der VELTINS EisArena in Winterberg oder in der VELTINS-Arena, wenn die königsblauen Knappen um Punkte kämpfen.

Der Sport an der Basis kommt nicht ohne Unterstützung aus. Viele Aktivitäten wären ohne das Sponsoring der Brauerei C. & A. VELTINS kaum machbar. So sorgt der LAC VELTINS Hochsauerland seit vielen Jahren in seiner Region für ambitionierten Leistungssport, der gerade für junge Menschen so etwas wie Start und Förderung ihrer Laufbahn zugleich ist. Mehr noch: Die Winterberger Bob- und Rodelbahn heißt seit 2015 VELTINS-EisArena. Damit übernahm der Sauerländer Traditionsbrauer die Namensrechte für die gesamte Sportanlage, die sich bereits seit den Siebzigerjahren internationaler Wertschätzung

erfreut. „Wir wollen unsere traditionsreiche Partnerschaft im heimischen Wintersport augenfällig nach außen tragen – damit ist es gelungen“, sagt Stefan Wiesmann, Marketingdirektor der Brauerei C. & A. VELTINS, im Rückblick auf die letzten Jahre, in denen immer wieder internationale Weltcups für Publikumsmagnete in der sauerländischen Wintersportregion sorgten. Selbstverständlich ist die Marke VELTINS seit Jahrzehnten treuer Partner vieler Fußballclubs in der Region. „Das ist unser ehrliches Bekenntnis zur Heimat, die unsere Unterstützung verdient“, so Wiesmann. „Wir wollen unseren Beitrag dazu leisten, dass unser Lebensraum liebenswert ist.“ Jeder weiß es: Auch bundesweit sendet VELTINS unübersehbare Markensignale. Heute ist die VELTINS-Arena

30.000 LITER PILS

werden pro Partie in der Veltins-Arena gezapft.



2005 übernahm die Brauerei das Naming-Right für die heutige VELTINS-Arena.



Im Wintersport zuhause: VELTINS begleitet als Sponsor auch die Vierschanzentournee.



Rasante Fahrt in der Winterberger VELTINS-EisArena.



So sehen Sieger aus: Zu Jahrtausendbeginn gewann der FC Schalke 04 den DFB Pokal.

nicht nur ein Markenleuchtturm der Sauerländer Brauerei. Jeder kennt den Schriftzug, wenn er weit über Schalke hinausstrahlt. Schalkes Manager-Legende Rudi Assauer sorgte damals für den Grundstein der Partnerschaft, die 1997 mit dem Trikotsponsoring begann und mit dem Naming-Right der VELTINS-Arena einen neuen Meilenstein erhielt. Handschlag-Vereinbarungen von Rudi Assauer und dem VELTINS-Generalbevollmächtigten Michael Huber waren das. Das Brauer-Bekenntnis zum Kultclub ist seither klar und missverständlich: VELTINS steht an der Seite des FC Schalke 04 in guten und schlechten Zeiten! Diese Treue des Brauereisponsors wurde von den Fans des Kultclubs auch gleich mit einem neuen Rekord belohnt:

Bis zum ersten Heimspiel der Saison 2023/2024 hatte der FC Schalke 04 sage und schreibe 14.000 VELTINS-Trikots verkauft – Tausende folgten bis heute. Und es versteht sich von selbst, dass die Dreiecksbeziehung von VELTINS mit den Fans und dem Club viele Berührungspunkte schafft. Seit der Premiere wurden viele einmalige Fan-Aktionen organisiert, die die Fans noch näher an ihren Lieblingsverein gebracht haben: Von einem Platz auf dem Mannschaftsfoto, über exklusive Meet-and-Greet-Termine mit Verantwortungsträgern des Vereins, spannenden Führungen in der VELTINS-Arena bis hin zu Plätzen auf der Fan-Bank direkt am Schalker Rasen, Biertastings, Kicker-Turnieren und weiteren attraktiven Highlights. All das waren und sind immer wieder Momente, die Erinnerungen schaffen. ■

PILSGENUSS AUS 126 ZAPFHÄHNEN



Die Katakomben der VELTINS-Arena verbergen das Bier-Geheimnis für frischen Pils-Genuss. Mit dem Bau der Arena war zugleich eine zentrale Bierversorgung in das Mammut-Projekt integriert worden, die heute europaweit immer noch einmalig ist. Über vier Kühlzentren unterhalb der Tribünen wird frisches VELTINS über ein fünf Kilometer langes, begleitgekühltes Rohrleitungssystem in 35 Kioske sowie die weiteren gastronomischen Ausschankbereiche befördert. An 126 Zapfhähnen fließen pro Begegnung über 30.000 Liter Pils in Becher und Gläser. ■



Wo Siege gefeiert werden, ist VELTINS als Partner dabei...



... seit mehr als 25 Jahren an der Seite des FC Schalke 04.



AUSSTELLUNG

Frisch gezapft!

Das Bier
und wir

IN ARNSBERG

22. MÄR - 29. SEP 2024

SAUERLAND - MUSEUM

MUSEUMS- UND KULTURFORUM SÜDWESTFALEN