VELTINS

Im Jubiläumsjahr bestes Halbjahres-Ergebnis

Veltins setzt auf Wachstumskurs und legt im Halbjahr um 4,1% zu

- **Markt stagniert, aber Privatbrauerei kann wachsen**
- **Verbraucher-Liebling: Pülleken legt um 37% zu**
- **Gastronomie-Geschäft unter strukturellem Einfluss**

Mit einem Ausstoßzuwachs um 4,1% hat sich die Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, von der schwächelnden Marktnachfrage abgekoppelt und befindet sich weiter auf Wachstumskurs. Im 200. Jubiläumsjahr konnte der Sauerländer Traditionsbrauer das erste Halbjahr mit einem Ausstoß von 1,74 Mio. hl deutlich über dem Wettbewerbsniveau eines stagnierenden Gesamtmarktes abschließen. „Die Stärke unseres Traditionshauses liegt in der Kraft unseres Markensortiments, das die Wertschätzung der Verbraucher genießt“, sagte Veltins-Generalbevollmächtigter Michael Huber bei der Vorstellung der Halbjahresbilanz. „Das erreichte Allzeithoch ist das Ergebnis harter gemeinsamer Arbeit von Braubetrieb, Logistik, Marketing und Vertrieb. Noch nie wurde in der Brauereigeschichte innerhalb eines halben Jahres so viel Bier gebraut“, so Huber weiter. Dank frühzeitiger Investitionen könne die Brauerei jetzt flexibel auf die erfreuliche Verbrauchernachfrage reagieren.

Kostensteigerungen machen Gastronomie weiter zu schaffen

Die Markenzugpferde im ersten Halbjahr heißen Veltins und Pülleken. So konnte die Marke Veltins mit ihrem gesamten Sortenportfolio um 3,1% auf 1,3 Mio. hl und das helle Pülleken um 37% auf 179.310 hl zulegen, während die Marken Grevensteiner 68.600 hl und der Biermix V+ 179.360 zum Ergebnis beisteuerten. Die alkoholfreie Fassbrause-Range holte hingegen um 22,1% auf. Die Rückkehr zur Mehrwertsteuer sowie die strukturellen Schwierigkeiten in der Gastronomie schlugen sich im Fassbiergeschäft nieder, sodass der Absatz um -1,5% zurückging. „Die Gastronomie hat mit einer Vielzahl von Problemen zu kämpfen, die noch einige Zeit brauchen, um gelöst

zu werden“, sagte Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins, und nannte die anhaltenden Kostensteigerungen bei gleichzeitiger Rekrutierungsschwäche von neuem Personal. Im ersten Halbjahr füllte das Traditionsunternehmen 209.540 hl im Fass ab und wird auch in Zukunft mit unverminderter Kraft ins angestammte Geschäftsfeld der Gastronomie investieren. Dr. Kuhl: „Die Menschen sind kostensensibel geworden und passen sehr genau darauf auf, was in diesen Wochen aus dem Portemonnaie fließt. Gerade vor und in der Urlaubssaison treten viele Haushalte auf die Bremse und üben sich in Kostendisziplin.“ Jeder wisse, dass der diesjährige Sommerurlaub, der seit Jahren wohl teuerste werden könnte. Welche Folgen das für den Tourismus haben wird, bleibe abzuwarten. „Die nächsten Sommerwochen werden für die Gastronomie und Hotellerie an Nord- und Ostsee zum Lackmus-Test im Hinblick auf die Preisakzeptanz beim Verbraucher“, so der Geschäftsführer Marketing/Vertrieb.

Pülleken ist in Nordrhein-Westfalen Marktführer bei Hellbieren

Derweil sind die Sortenpräferenzen nach einer Marktanalyse der Brauerei C. & A. Veltins regional uneinheitlich ausgeprägt. Unverändert bleibe jedes zweite in Deutschland verkaufte Bier ein Pils, während der Marktanteil des Hellen auf respektable 10% angewachsen sei. Die Hochburg des Hellen liegt mit einer Mengennachfrage von 62% vorzugsweise im Süden und Südwesten, 8% werden in Nordrhein-Westfalen verkauft. Der verbleibende Sortenanteil von 30% verteilt sich auf die übrigen 13 Bundesländer. Im bevölkerungsstärksten Bundesland habe sich das Pülleken, das im nationalen Markenranking inzwischen auf Platz drei liegt, einen Marktführerstatus erkämpft. „Der Erfolg des Pülleken ist schon deshalb besonders, weil es die einzige Hellbier-Marke mit eigenem Profil und ohne bayerische Folklore ist und damit auch nicht im unmittelbaren Austausch mit den Traditionalisten steht“, schlussfolgert Dr. Kuhl. Mit Veltins Helles Lager ruft die Familienbrauerei einen Sortenneuanfang aus und führt seit Sommerbeginn das mild-süffige Lagerbier mit internationaler Reputation in den Markt ein. „Weil der Biermarkt im Wandel ist und die Menschen immer probierfreudiger werden, geben wir eine Antwort auf die neuen Geschmackswünsche – ein junges Bier soll eben vor allem erfrischend sein“, sagt Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marke-

ting/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins. Veltins Helles Lager erhält in der grünen Mehrwegflasche einen impulsstarken Auftritt mit eindeutiger Marken-DNA. „Lagerbiere mit internationalem Gebinde-Look und akzeptiertem Geschmacksprofil sind bei weltoffenen Verbrauchern längst auf der Überholspur. Da gilt das neue Veltins Helles Lager als klares Marken-Statement für unsere neue Bier-Generation."

Zum Brauerei-Jubiläum ein Blick zurück auf die letzten 25 Jahre

Anlässlich des 200-jährigen Jubiläums der Brauerei C. & A. Veltins warf Generalbevollmächtigter Michael Huber einen Blick zurück auf die Unternehmensentwicklung in den letzten 25 Jahren. „Unsere Brauerei hat durch Beständigkeit und Verbrauchernähe den Weg in Richtung Marktspitze vollzogen und ist damit ein verlässlicher Player im nationalen Biermarkt geworden." Mit Weitsicht und Beharrlichkeit habe das Familienunternehmen die Konsum- und Branchenveränderungen in Handel und Gastronomie mitgestaltet. „Unser Motto war es, nie auf „halten" zu setzen, sondern immer dynamisch zu wachsen", merkte Huber an. So hat sich der Veltins-Bierausstoß in den letzten 25 Jahren um +38,7% auf rund 3,3 Mio. hl erhöht, während der deutsche Biermarkt in der gleichen Zeit über 25% an Menge verloren hat. Michael Huber: „Es ist gelungen, qualitativ und nachhaltig unsere Premium-Positionierung auszubauen. Mit einem Umsatzzuwachs von +126,4% konnten wir die Produktpräferenzen in Markenwert ummünzen." Der Brauerei sei es in all den Jahren nicht um Menge, sondern vor allem auch um Stabilität und Ertragskraft gegangen. „Die vollzogene Investitionsoffensive von rund 420 Mio. Euro wurde allein aus dem Cashflow finanziert."

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