

VELTINS

SPECIAL

DAS MARKENMAGAZIN



DAS UPGRADE FÜRS BIER



HALBJAHRESBILANZ

VELTINS weiter auf Wachstumskurs

Seite 12

BRAUEREI-JUBILÄUM

Viele Aktionen zum 200jährigen

Seite 16

NRW-REGIERUNG ZU GAST

Ministerin Gorißen staunt
über Technologie-Schub

Seite 20



AUF 200 JAHRE FRISCHES VELTINS.

Erfrischend anders. Aus guter Tradition.



EDITORIAL



LIEBE LESERINNEN & LESER

Es war ein Bekenntnis der Menschen zur traditionsreichen Brauwirtschaft und zur Beliebtheit des Bieres: Weit über 20.000 Besucher waren den Sommer über ins Sauerland-Museum nach Arnsberg gekommen, um anlässlich des Jubiläums von 200 Jahre VELTINS einen Einblick in die Entwicklung der Brauereienlandschaft zu nehmen. Insbesondere der Erfolgsweg des Pilseners in den Siebzigerjahren mit dem Aufstieg der Sauerländer Brauereien hat viele Besucher in seinen Bann gezogen. Wirtschaftsge-schichte kann so spannend sein.

Darüber hinaus zählten facettenreiche VELTINS-Aktivitäten in Gastronomie und Handel zu den wichtigen Impulsen, die die Gäste und Verbraucher wahrnehmen konnten. Marken bedürfen eben fortwährender Aktivierung. Diese Ausgabe des VELTINS Special zeigt, mit welcher gastronomischen Lebendigkeit touristische Regionen wie der Harz für Attraktivität sorgen können.

Das VELTINS Special wirft einen umfassenden Blick auf das Jubiläumsjahr der Brauerei C. & A. VELTINS und gibt einen spannungsreichen Marktüberblick.

Viel Spaß bei der Lektüre!

Ihre
Susanne Dohms



FEEDBACK GEBEN

Uns interessiert Ihre Meinung! Wir freuen uns auf Ihr Feedback und Ihre Kommentare unter presse@veltins.de



VELTINS ONLINE

Corporate Website veltins.de
facebook.com/veltins



[instagram.com/veltins](https://www.instagram.com/veltins)



twitter.com/veltins

VELTINS SPECIAL

N° 100 – 02/2024

06

Nachrichten

Neues aus der Brauerei

08

VELTINS HELLES LAGEREinführungskampagne zur
Produkteinführung startet

12

Halbjahres-BilanzBestes Halbjahresergebnis
im Jubiläumsjahr

16

200-jähriges JubiläumEin Prosit auf die Geschichte
und den Erfolg!Junge Marken-
identität für den
Handel und die
Szenegastronomie
S. 10

16
Sonderausstellung zum
200-jährigen Jubiläum:
Bierbegeisterung inklusiv!

12

**VELTINS zieht positive
Halbjahres-Bilanz****Sie möchten mehr
zum Thema erfahren?**Auf dieser Website finden Sie
weitere Infos und vielfältige
Fankaktionen:
 veltins.de/veltins-erleben


Das offene Wort
"Hoffnungsfunke
Fußball-EM hat einfach
nicht gezündet"

Dr. Volker Kuhl
S. 15



Interview
"Wie schnell
die Zeit vergeht..."
Michael Huber
S. 18

20

Zu Gast in Grevenstein

NRW-Ministerin Silke Gorißen

22

Aktionen zum JubiläumAttraktive Markenprodukte und
tolle Aktionstage

24

Tankbier-Express

Der neue Gastronomie-Trend



S. 26

**350 Jahre Zum Goldenen
Stern in Greven**
Die Traditionsgaststätte
feiert Jubiläum



28

Pülleken

Vor Ort erlebbar

30

Westfälisch genießenVELTINS fördert
Kulinarische Initiative

32

Gastronomie im Porträt
Genuss im Herzen des Harzes



42

O-Bus

Pure Nostalgie in Solingen



38

Biermix

V+ Festival-Sommer

40

Web 2.0Die Marke in
den Medien

44

100. Ausgabe

VELTINS Special

47

VELTINS Cartoon**IMPRESSUM**Brauerei C. & A. VELTINS GmbH & Co. KG, An der Streue, 59872 Meschede-Grevenstein
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Ulrich Biene (Ltg.), Kerstin Raschke, Stephanie Nolte,
Magdalena Tigges, Stefan Wiesmann. Telefon 02934/959-327, Telefax 02934/959-486Fotos: VELTINS, Sauerland-Museum, Boris Golz,
Chrissi D., Thjnk, Mutabor, Christoph Meinschäfer,
Bernd Thissen, @Nordstadtlicht, instagram/veltins,
Kirchgasser Fotografie, Andreas Dierkes, Obus-MuseumGestaltung: Firmazwei GmbH, Düsseldorf
Litho: RGI GmbH, Dortmund
Druck: Silber Druck oHG, 34253 Lohfelden© VELTINS Special, Brauerei C. & A. VELTINS
GmbH & Co. KG Nachdruck, Aufnahme in
Online-Dienste und Internet sowie Vervielfältigung auf Datenträgern wie DVD-ROM
etc. nur nach vorheriger schriftlicher
Zustimmung.



MALLORCAS LÄNGSTE AUSSENWERBUNG: SEIT 25 JAHREN IM BAMBOLEO

Die Schinkenstraße in El Arenal ist legendär – Tausende Deutsche verbringen hier erholsame, aber auch ereignisreiche Tage, an die man sich gern erinnert. Seit 25 Jahren hat die Brauerei C. & A. VELTINS dort einen Partner, der zweifellos ein repräsentatives Aushängeschild ist: das Bamboleo! Anlässlich des Jubiläums würdigte Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb, das Engagement des Inhabers Julián Oliver, der über ein Vierteljahrhundert frisches VELTINS ausschenkt – heute an so vielen Zapfhähnen wie nie



25 Jahre frisches VELTINS im Bamboleo: Dr. Volker Kuhl, Julián Oliver, Norbert Stork, Jonathan Oliver, Fabian Veltins, Rainer Emig (v.l.)

zuvor! Über 60.000 hl Fassbier lieferte VELTINS in 25 Jahren allein in den mächtigen Bierkeller des Bamboleos. Auch Exportverantwortlicher Rainer Emig und Prokurist Fabian Veltins schlossen sich der Gratulation an. Dr. Volker Kuhl: „Wir sind stolz, seit so langer Zeit an deiner Seite zu sein und diese Treue ehrt uns! Julián Oliver dankte für die Zusammenarbeit, die seit 25 Jahren Garant für ein beiderseits erfolgreiches Geschäft ist.“

NEUE LED-TECHNIK

Im Jubiläumsjahr wurde soeben eine neue Außenwerbung installiert, die dank moderner LED-Technik für bes-

te Leuchtkraft sorgt. Inzwischen ist der Auftritt der Marke VELTINS so groß wie kein anderer auf Mallorca. Nach Einschätzung von VELTINS-Repräsentant Norbert Stork, der unlängst seinen verdienten Ruhestand antrat, aber weiterhin Bamboleo-Ansprechpartner bleibt, ist es die längste Außenwerbung einer Biermarke auf der Insel. Davon kann sich jeder selbst überzeugen! Der Besuch lohnt. Denn auch im Bamboleo gilt das Qualitätsprinzip der Brauerei: Hier schmeckt frisches VELTINS genauso wie im guten Landgasthof des Sauerlandes!



Die beiden Teilnehmer am IHK-Zertifikatslehrgang „KI-Scouts“ Sophia Hamm, Egger Group, und Luis Otte, Brauerei C. & A. VELTINS, trafen gemeinsam mit Jörg Nolte, Hauptgeschäftsführer der IHK Arnsberg, Bundeskanzler Olaf Scholz in Berlin.

Da staunte sogar Bundeskanzler Olaf Scholz! Künstliche Intelligenz (KI) ist auch ein Thema bei Auszubildenden. Ein neuer Lehrgang beim Bildungsinstitut der IHK Arnsberg verknüpft beides: In sechs Modulen erhalten

VELTINS-AZUBIS ALS VORREITER IN DER KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ

Auszubildende umfassendes Know-how, lernen reale Anwendungen kennen und setzen ein Projekt in der eigenen Firma um. Mit dabei sind auch drei Azubis der Brauerei C. & A. VELTINS, die die Ergebnisse dem Bundeskanzler vorstellten. Die „KI-Scouts“ Felix Rickert (Auszubildender zum Industriekaufmann), Silas Bulling (Auszubildender zum Fachinformatiker, Fachrichtung Systemintegration) und Luis Otte (Auszubildender zum Elektroniker für Automatisierungstechnik) erarbeiten in insgesamt 52 Lehr-

gangsstunden Ideen und Konzepte und realisieren ein konkretes Projekt. Der Kursus endet mit einem IHK-Zertifikat, das die erfolgreiche Teilnahme und Projektarbeit bestätigt. Desirée Sellmann-Busch, Ausbildungs koordinatorin bei VELTINS, betont den Mehrwert in diesem Lehrgang: „Wir erhoffen uns von unseren „KI-Scouts“ Impulse, um diese Technologie in der Brauerei voranzutreiben. Außerdem können sie intern als Wissensvermittler einen entscheidenden Innovationsschub auslösen.“

RESTAURANT AQUA HERAUSRAGEND IN WOLFSBURG



Das The Ritz-Carlton liegt inmitten der Autostadt in Wolfsburg. Architektonisch eindrucksvoll gestaltet, verfügt das Luxushotel über hochwertige Gastronomieobjekte wie das Restaurant Aqua.

Als Küchenchef ist Sven Elverfeld seit der ersten Stunde für die Erfolgsgeschichte des Restaurant Aqua im The Ritz-Carlton in Wolfsburg verantwortlich.

Er kreiert mit seinem Team kulinarische Meisterwerke für seine Gäste, sodass das Restaurant bereits 2002 den ersten Stern des Guide Michelin erhielt. 2006 folgte der Zweite, bevor 2009 erstmals die höchstmögliche Auszeichnung in der Gourmet-Welt, die drei Sterne, vergeben wurden. Diese drei Michelin-Sterne wurden vom Guide Michelin nun erneut bestätigt – das Aqua und Sven Elverfeld zählen damit weiterhin zur absoluten kulinarischen Spitzenklasse.

KULINARISCHE EXZELLENZ

Die Marke VELTINS steht dabei fest an der Seite des Restaurant Aqua im The Ritz Carlton und hat dabei eine ganz besondere Verbindung zur Brauerei C. & A. VELTINS, denn 1996 hat Sven Elverfeld am Nachwuchspreis für nationale Jung-

köche, dem VELTINS Küchenoskar, teilgenommen und im Finale den zweiten Platz sowie einen Sonderpreis gewonnen. Heute kreiert der Küchenchef genussvolle Menüs mit ganz besonderem Charakter. Weitere Auszeichnungen beweisen eindrucksvoll die kulinarische Exzellenz und die innovative Küche: Im aktuellen Gault&Millau Deutschland 2023/24 wurde das Gourmetrestaurant mit fünf schwarzen Hauben ausgezeichnet und erst im Juni erreichte Sven Elversfeld erneut den ersten Platz im Hornstein-Ranking. Auszeichnungen aller renommierten Restaurantführer unterstreichen die Brillanz des Küchenchefs.



Die Marke VELTINS steht seit vielen Jahren fest an der Seite des Restaurant Aqua – Küchenchef Sven Elverfeld ist stolz auf die langjährige Partnerschaft.

Der Edeltropfen
ist gereift

WENN FEIN GEBRANNTES GREVENSTEINER 10 JAHRE IM EICHENFASS LAGERT

Was ein edler Tropfen! Wenn beste Grevensteiner Braukunst in einer westfälischen Brennerei zu einem Bierbrand veredelt wird, ist das Ergebnis einzigartig.

Manche Dinge brauchen eben ihre Zeit, einige ein ganzes Jahrzehnt! So entstand der Grevensteiner Bierbrand – mit aller Sorgfalt. Feinste Malzextrakte des Grevensteiner Originals entfalten sich nach dem handwerklichen Brennvorgang und der zehnjährigen Lagerung im Eichenfass zu einem aromatischen Geschmackserlebnis. Zuvor reifte in den aus Weisseiche gefertigten Fässern, ein Bourbon, der für die kräftigen Noten im Nachhall sorgt. Walter Bauer, der Braumeister und Erfinder des Grevensteiner Originals, hatte damals Weitsicht bewiesen. Gleich nach den ersten Suden 2014 wurde der Bierbrand vollzogen – die ausgeprägte Reifezeit von einem Jahrzehnt entfacht heute ein Feuerwerk der Sinne. Ein Tropfen, der sich sehen und schmecken lassen kann. Es ist die ideale Ergänzung zum gastronomischen Bierportfolio.



Bald erhältlich über
www.veltins-shop.de

Einführungskampagne zum VELTINS-Neuprodukt startet

DAS UPDATE IM BIERMARKT

*Das Update im Biermarkt – VELTINS Helles Lager macht's möglich.
Frisch, jünger, einfach sympathisch so erscheint das milde und süffige
Lagerbier seit Wochen neu im Handel. Und jetzt auch im TV!*

www.veltins.de

#helleslager

Die Brauerei C. & A. VELTINS verstärkt nach den erfolgreichen Einführungswochen die mediale Präsenz von VELTINS Helles Lager.

Die Brauerei C. & A. VELTINS verstärkt nach den erfolgreichen Einführungswochen die mediale Präsenz von VELTINS Helles Lager. Das milde und süffige Lagerbier in der handlichen grünen Flasche wird mit einer nationalen TV-Kampagne ab August 2024 auf allen reichweitenstarken Sendern sowie im Online-Bewegt看bild zu sehen sein. Mit einem 18-sekündigen TV-Spot, den die Kreativagentur Thjnk Hamburg auf den Weg gebracht hat und der in Zusammenarbeit mit der Produktionsfirma The Marmalade abgedreht wurde, präsentiert die Brauerei unter dem bekannten Markendach eine neue Bierwelt – die Headline „Auf zu Neuem“ ist das Signal zum Aufbruch in eine neue Sorte.



Marketingdirektor Stefan Wiesmann, Geschäftsführer Dr. Volker Kuhl, Prokurist Fabian Veltins und Vertriebsdirektor Handel Rainer Emig (v.l.) begleiten die erste Abfüllung von VELTINS Helles Lager.

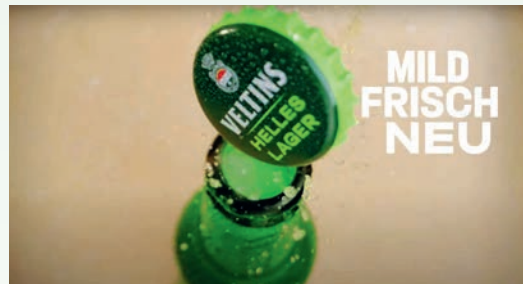
Hier wird VELTINS Helles Lager dynamisch und trendgerecht in Szene gesetzt. Das kleinere, moderne Gebinde mit der grünen VELTINS Marken-DNA verkörpert den aktuellen Zeitgeist und macht Lust auf Bier. Re-



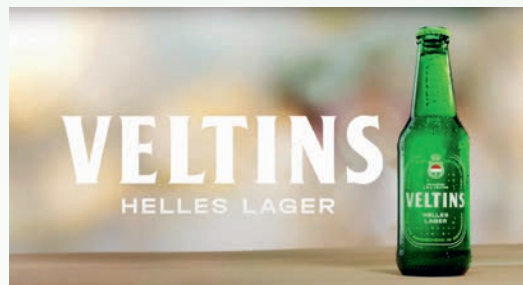
VELTINS HELLES LAGER ERFRISCHT TV-SCREENS



VELTINS Helles Lager ist mit einer deutschlandweiten TV-Kampagne seit August 2024 auf allen reichweitenstarken Sendern sowie im Online-Bewegt看bild zu sehen.



Mit einem 18-sekündigen TV-Spot präsentiert die Brauerei unter dem bekannten Markendach eine neue Bierwelt – die Headline „Auf zu Neuem“ ist das Signal zum Aufbruch in eine neue Sorte.



Hier wird VELTINS Helles Lager dynamisch und trendgerecht in Szene gesetzt. Das kleinere, moderne Gebinde mit der grünen VELTINS MarkendNA verkörpert den aktuellen Zeitgeist und macht Lust auf Bier.

» JÜNGERE MARKENIDENTITÄT



Der behutsame Umgang mit einer Marke wie VELTINS, die auf 200 Jahre Tradition zurückblickt, war für mich besonders bedeutend. Die Herausforderung bestand darin, eine klare Differenzierung zum Pilsener zu schaffen und gleichzeitig ein modernes Design zu entwickeln, das mit der VELTINS-Produktfamilie harmonisiert und die jüngere Markenidentität stärkt. Wichtig war auch, die Werte der Marke zu bewahren und gleichzeitig innovative Impulse zu setzen, um sowohl Bestands- als auch Neukunden zu begeistern.“

Ipek Molvali, Managing Director der Mutabor Packaging GmbH

→ gisseur Tom Schlagkamp weckt mit attraktiven Bildsequenzen die Neugier auf das neue Mehrweg-Produkt, das seit Juni in den nationalen Handel eingeführt wird. Die TV-Kampagne erweitert sich über die hauseigenen Social-Media-Kanäle sowie eine Plakat-kampagne in ausgewählten deutschen Städten. Auf Großflächen direkt am PoS und digitalen, aufmerksamkeitsstarken Bildschirmen wird VELTINS Helles Lager national zu sehen sein.

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



„Auf zu Neuem“
ist das Signal zum
Aufbruch in eine
neue Sorte

gebraut wird. Ganz bewusst wurde entsprechend der VELTINS-Markenphilosophie auf Hopfenextrakt verzichtet. Das Lagerbier präsentiert sich in einem kristallklaren, strahlenden Goldgelb und überzeugt mit einer feinen Schaumkrone. Malzaromen und eine nur feine Hopfentypik machen den ersten Duft perfekt. Auf der Zunge kommen dann frische Hopfennoten, eine kaum spürbare Bittere und ein leichter Malzkörper zum Tragen. Beides spielt im Abgang mit feinerlig und erfrischender Rezenz harmonisch zusammen. VELTINS Helles Lager ist ausschließlich als Mehrweggebinde 0,275 l erhältlich. Es ist im markenindividuellen 24er-Mehrwegkasten und als Six-Pack im Handel verfügbar. •

SPRITZIGE DETAILS

Die grüne Mehrwegflasche sorgt für einen impulsstarken Auftritt im Getränkeregale und steht zusätzlich im visuellen Selbstverständnis der internationalen Lagerbiere.



ECHTES STATEMENT

Das neue VELTINS Helles Lager gilt als klares Marken-Statement für unsere neue Bier-Generation.

MARKEN DNA

Frischer Geschmack, neuer Sortenimpuls: VELTINS Helles Lager frischt seit dem Sommer das Produktportfolio mit einem mild-süffigen Bier auf – mit einem neuen impulsstarken Auftritt in der grünen VELTINS-Markenfarbe.



Im Jubiläumsjahr
bestes Halbjahres-Ergebnis:

VELTINS WEITER AUF WACHSTUMSKURS

Mit einem Ausstoßzuwachs um 4,1% hat sich die Brauerei C. & A. Veltins 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.

www.veltins.de #biermarkt

„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“, sagte Veltins-Generalbevollmächtigter Michael Huber bei der Vorstellung der Halbjahresbilanz.

Dank frühzeitiger Investitionen könne die Brauerei jetzt flexibel auf die erfreuliche Verbrauchernachfrage reagieren. Die Markenzugpferde im ersten Halb-

jahr 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,

» Die Stärke unseres Traditionshauses liegt in der Kraft unseres Markensortiments, das die Wertschätzung der Verbraucher genießt. «

Michael Huber,
Generalbevollmächtigter der
Brauerei C. & A. Veltins

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



Zur Fußball EM im Juni präsentierten viele Getränkehändler die Marke Veltins mit fußballtypischen PoS-Aufbauten.

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. Die Sortenpräferenzen sind 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

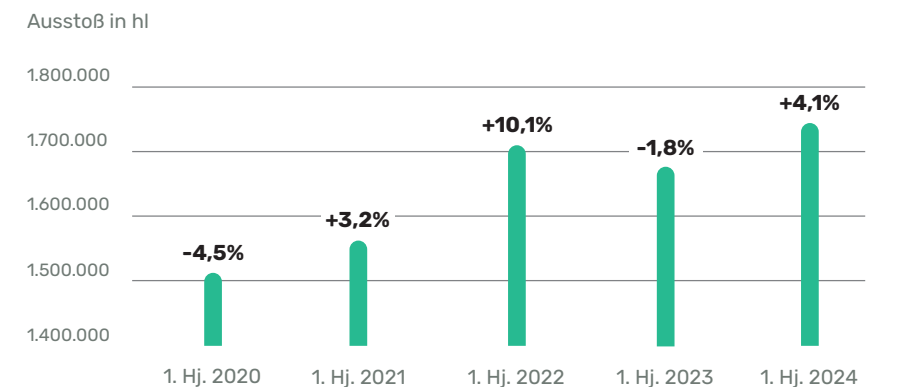
AUSSTOSSZUWACHS IM ERSTEN HALBJAHR 2024
4,1%

DATEN & FAKTEN erstes Halbjahr 2024

→ 1,74
Mio. hl Ausstoß

→ 37%
Zuwachs helles Pülleken

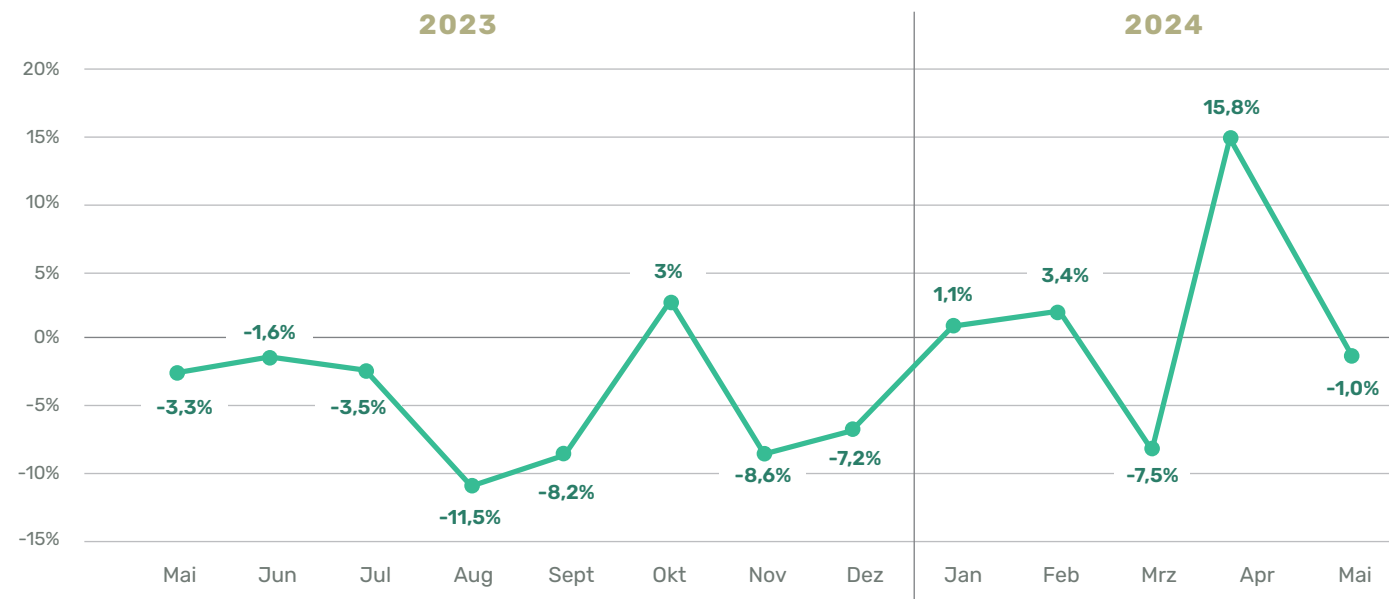
JUBILÄUMSJAHRE MIT STÄRKSTEM HALBJAHRESERGEBNIS VELTINS-Ausstoß krisenfest in konsumschwachen Zeiten



Quelle: Interne Statistik (2024)

ANHALTENDE KONSUMSCHWÄCHE IM BIERMARKT

Monatl. Veränderung des Bierabsatz (hl) in Deutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt (2024), Absatz von Bier in Deutschland, % Veränderung zum Vorjahresmonat



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.

**Marken-Statement
für die innovative
Bier-Generation**

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



Mit einem Ausstoßzuwachs um 4,1% hat sich die Brauerei C. & A. VELTINS von der schwächelnden Marktnachfrage abgekoppelt und befindet sich weiter auf Wachstumskurs.

erfrischend sein“, sagt Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb. 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.●



Dr. Volker Kuhl
zum aktuellen
Biermarkt

Geschäftsführer
Marketing/Vertrieb

„HOFFNUNGSFUNKE FUSSBALL-EM HAT EINFACH NICHT GEZÜNDET“

Von Dr. Volker Kuhl,
Geschäftsführer Marketing/Vertrieb

Es besteht kein Zweifel: Der Konsumlaune in Deutschland fehlt der Schwung! Die Brauwirtschaft hat im ersten Halbjahr unter dem anhaltenden Sparwillen und den zusätzlichen Wetterkapriolen deutlich gelitten, nicht einmal die Fußball-Europameisterschaft im eigenen Land gab einen nennenswerten Absatzimpuls. Das Statistische Bundesamt bilanzierte einen Halbjahresabsatz von 41,9 Mio. hl (-0,6%), sodass die Brauereien deutschlandweit auf der Stelle treten und damit die Aufholjagd zum negativen Vorjahreshalbjahr ausgefallen ist. Noch in den ersten fünf Monaten hatte

es für die Brauereien nach einem leichten Zugewinn von 2,2% erfreulich ausgesehen, doch der EM-Monat machte die positiven Aussichten zunichte. Der Juni-Absatz der Brauwirtschaft war der schlechteste der letzten Jahrzehnte und lag immerhin -3,27 Mio. hl (-29,6%) unter dem Juni-Absatz während des Sommermärchens der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im eigenen Land. Der Hoffnungsfunke Europameisterschaft hat nicht gezündet, nachdem die frühzeitige Turnierniederlage der deutschen Elf die beginnende Nachfrage abgedreht hat. An den Orten der EM-Stadien sind zwar

lokale, aber nur kurzzeitige Effekte in Hotellerie und Gaststätten zu spüren gewesen. Allerdings wurde die Gastronomie vor Ort wurde durch die Fan-Meilen der UEFA oft „leergesaugt“. Kaum zu glauben, aber die Aktivierung der Fußball-Fans in der Vorrunde hat diesmal nicht einmal ausgereicht, damit die Menschen Balkone und Terrassen zum Rudelgucken umfunktionierten.



» **Großturniere
haben kaum noch
die Chance zum
Absatzturbo.** «

Die Bedeutung der Fußball-Großturniere als Absatzturbo ist schon mit der letzten Fußball-Winter-WM deutlich gesunken. Vor der Pandemie hatten die Fußball-Großturniere der nationalen Brauwirtschaft in aller Regelmäßigkeit einen sechsstelligen Hektoliter-Mehrverkauf eingebracht. Womöglich wird sich eine ganze Branche von dem Gedanken trennen müssen, dass Großturniere in Zukunft noch die Chance zum Absatzturbo haben.●



Attraktive Exponate rund um die Bierkultur in der Region begeisterten die Gäste der Sonderausstellung im Sauerland-Museum.

Bierbegeisterung:

KOMMEN, SEHEN, STAUNEN



Weit über 20.000 Besucher – die Sonderausstellung „Frisch gezapft! Das Bier und wir.“ im Arnberger Sauerland-Museum wurde zum sommerlichen Publikumsmagnet. Vielfältige Aktionen rund um das Thema Bier und Geselligkeit stellten das 200-jährige Jubiläum der Brauerei C. & A. VELTINS ereignisreich in den Mittelpunkt.

www.veltins.de

#jubiläum



JUBILÄUM

Im Fokus der Aktivitäten stand die Sonderausstellung „Frisch gezapft!“, die im Sauerland-Museum nach sechsmonatiger Laufzeit Ende September erfolgreich zu Ende ging.

Im Fokus der Aktivitäten stand die Sonderausstellung „Frisch gezapft!“, die im Sauerland-Museum nach sechsmonatiger Laufzeit Ende September erfolgreich zu Ende ging. Über 20.000 Besucher haben sich im Neubau des Museums über Braukultur, die Industrialisierung und die früheren und heutigen Genuss-Sorten des Biers informiert. VELTINS als Partner dieser Sonderausstellung steuerte viele zeitgenössische und authentische Exponate bei, dazu gehörte auch ein Sudkessel der Essener Weigelwerke aus den Fünfzigerjahren und eine zeitgenössische Kneipentheke aus dem Paderborner Land.

Der Museumsleiter Dr. Oliver Schmidt zeigt sich sehr zufrieden über die Besucherresonanz: „Mit der aktuellen Sonderausstellung „Frisch gezapft! Das Bier und wir.“ gab es eine anhaltend hohe Besucherfrequenz – und damit die beste seit der August Macke-Schau im Herbst 2019. Besonders erfreulich ist, dass wir gerade mit den Gruppenangeboten erstmals wieder Leute erreichen konnten, die wir schon seit langem wieder ins Museum locken wollten. Bier



Bis in den Herbst erlebten weit über 20.000 Besucher die Sonderausstellung "Frisch gezapft! Das Bier und wir."



Die Besucher der Ausstellung fanden nur lobende Worte auf der Bierdeckelwand.

ist eben ein universelles Kulturgut!“ So zeigten auch die positiven Rückmeldungen der Besucher eindrucksvoll, dass die Sonderausstellung auf Begeisterung traf. Besonders die Kneipe aus den 50er Jahren versetzte die Menschen in frühere Zeiten und es wurden viele Anekdoten aus der Kindheit oder Jugend ausgetauscht. Lobende Worte hinterließen die Gäste auch auf der stetig wachsenden Bierdeckelwand am Ausstellungsausgang. Das interaktive Ausstellungserlebnis mit Projektionen, Filmen, Malz zum Probieren, Flaschentransporteur und Kneipeninszenierung begeisterte alle. ●



„Wie schnell DIE ZEIT vergangen ist“

Von Michael Huber,
Generalbevollmächtigter der
Brauerei C. & A. VELTINS.



Seit unserem letzten Jubiläum 1999 ist eine Menge passiert – und tatsächlich ist es unser Haus im zurückliegenden Vierteljahrhundert gelungen, die Geschicke der Brauerei mit einem Höchstmaß an personeller Beständigkeit voranzutreiben.

Aber eines ist nicht nur eine Worthülse, sondern auch belegbar: Kontinuität bedeutet Berechenbarkeit und Markterfolg! Unser Familienunternehmen hat in der Inhaberschaft von Susanne Veltins durch eben diese Beständigkeit

und Marktnähe den Weg in Richtung Marktpitze vollzogen. Heute bewegen wir uns unter den führenden Premium-Marken in Deutschland – das war nicht immer so!

Die Brauerei C. & A. VELTINS ist im Sauerland ein verlässlicher Player im nationalen Biermarkt geworden, weil wir mit Weitsicht und Beharrlichkeit die Konsum- und Branchenveränderungen in Handel und Gastronomie mitgestaltet haben. Unser Motto war nie auf HALTEN zu setzen, sondern immer das Ziel, DYNAMISCH zu wachsen. So hat

sich unser Bierausstoß in den letzten 25 Jahren um 38,7% auf deutlich über 3 Mio. hl erhöht. Während der deutsche Biermarkt in der gleichen Zeit dramatisch an Menge verloren hat, beschreibt das VELTINS-Wachstum zweifellos ein veritables Maß an Durchsetzungsstärke. Es ist gelungen, qualitativ und im Long-Run nachhaltig unsere Premium-Positionierung auszubauen. Mit einem Umsatzzuwachs von 126,4 % konnten wir die Wertschätzung in Markenwert ummünzen.

Uns ging es in all den Jahren nicht allein um Menge, sondern vor allem

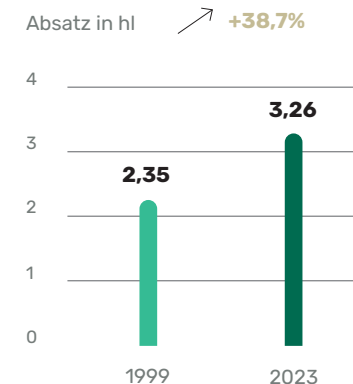
auch um Solidität und Ertragskraft. Nur am Rande sei erwähnt, dass die in der jüngsten Vergangenheit vollzogene Investitionsoffensive von rund 420 Mio. Euro allein aus dem Cashflow finanziert wurde. Wenn wir zuletzt einen Jahresumsatz von 441 Mio. Euro erreicht haben, dann ist das eine Leistung, die wir vor allem unserer gesteigerten Vertriebskraft und unserer Innovationsbereitschaft zu verdanken haben.

UNSER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

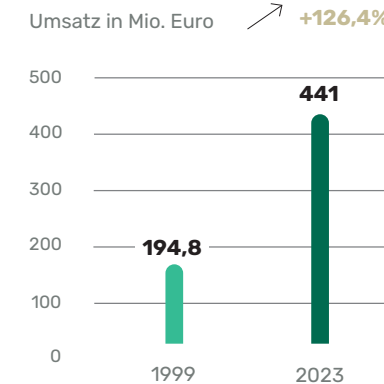
Für uns genauso wichtig: Das Sauerland ist unsere unternehmerische Homebase und wird es auf Dauer bleiben! VELTINS ist im letzten Vierteljahrhundert ein verlässlicher Arbeitgeber geworden und konnte in der gleichen Zeit in der Mitarbeiterzahl um 45,7% wachsen. 721 Mitarbeiter zählen heute zum Unternehmen – das sind über 200 mehr als noch vor 25 Jahren. Dabei wird deutlich, dass die Brauerei in allen Betriebsbereichen ein unterschiedliches Wachstum

ENTWICKLUNG IN 25 JAHREN

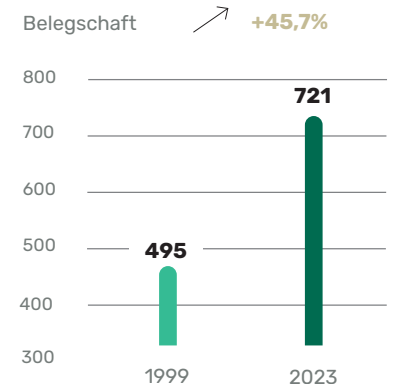
ABSATZENTWICKLUNG



UMSATZENTWICKLUNG



ENTWICKLUNG BELEGSCHAFT



Quelle: Interne Statistik (2024)

»Lassen Sie es mich an dieser Stelle auch sagen, weil ich darauf wirklich stolz bin: Die Zahl der Auszubildenden haben wir in den letzten 25 Jahren mehr als verdoppelt!«

im kaufmännischen Bereich die buchhalterischen Aufgaben nicht kleiner geworden sind. Auch dort haben wir uns fast verdoppelt.

Wir wollen jungen Menschen Jahr für Jahr eine Chance geben, hier in der Region eine qualifizierte Ausbildung zu erreichen, um Lebens- und Arbeitsperspektiven zu entwickeln. Der Vollständigkeit halber sei angefügt, dass wir gerade durch engagierte Auszubildende starke Kräfte für die Zukunftsgestaltung unseres Unternehmens rekrutieren können. Insourcing fängt bereits mit der Ausbildung an!

Wenn der Biermarkt schrumpft und die Verbraucherwünsche sich verändern, dabei auch noch die Generationen wechseln, funktioniert die Konsumentenansprache nicht ohne neue Produkte. Sortenergänzungen waren in all den Jahren notwendig. Mit dem Trend hin zu Regionalmarken haben wir 2014 Grevensteiner Original in den Markt eingeführt und damit zum richtigen Zeitpunkt das Sortiment sinnvoll erweitert. 2020 folgte das helle Pülleken. Und nun also VELTINS Helles Lager. Wir sind stets gut beraten gewesen, neue Wege zu gehen – auch in den nächsten 25 Jahren! •

MIT INNOVATIONEN BIERMARKT GESTALTEN





VELTINS Technik-Geschäftsführer Peter Peschmann, VELTINS-Vertriebs- und Marketing-Geschäftsführer Dr. Volker Kuhl, Prokurist Fabian Veltins, NRW-Landwirtschafts- und Verbraucherschutz-Ministerin Silke Gorißen, HSK-Landrat Dr. Karl Schneider und NRW-Landtagsabgeordneter Matthias Kerkhoff (v.l.) stoßen auf 200 Jahre Brautradition im Sauerland an.



» VELTINS hat sich zu einem wichtigen und verlässlichen Arbeitgeber entwickelt. «

Silke Gorißen
Ministerin für Landwirtschaft
und Verbraucherschutz des Landes
Nordrhein-Westfalen

wertigen Zutaten wie Malz, Hopfen, Hefe und reinem Quellwasser aus der Region nach deutschem Reinheitsgebot – und zählt heute zu den modernsten Privatbrauereien Europas. Die familiengeführte

Brauerei hat sich über die Jahre zu einem wichtigen und verlässlichen Arbeitgeber in der Region entwickelt und bietet rund 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen sicheren Arbeitsplatz. Zu diesem Meilenstein gratuliere ich ganz herzlich.“ Dr. Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. VELTINS, zeigte sich zuversichtlich, dass der Biermarkt noch genügend Raum für Wachstum biete, wenngleich die Rahmenbedingungen unverändert schwierig seien: „Es ist gut zu wissen, dass die NRW-Landesregierung den intensiven Dialog mit den Mittelstandunternehmen des Landes sucht, um zu wissen, wo der Schuh drückt. Gerade die Ernährungswirtschaft besitzt in Nordrhein-Westfalen eine traditionsreiche Verankerung, um die Versorgung mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln jederzeit sicherzustellen.“ •



Im interessierten Gespräch mit dem Brauer & Mälzer der Brauerei C. & A. VELTINS: NRW-Ministerin Silke Gorißen und MdL Matthias Kerkhoff informierten sich über die Arbeit im Sudhaus.

NRW-Ministerin Silke Gorißen:

„VELTINS ist tragende Säule der NRW-Ernährungswirtschaft“

Das Ohr an der Wirtschaft, neue Erkenntnisse für den politischen Alltag: Bei einem Besuch der Brauerei C. & A. VELTINS hat sich die NRW-Landwirtschafts- und Verbraucherschutz-Ministerin Silke Gorißen über die Innovationsstärke von Veltins im 200. Jahr des Bestehens informiert.

Im Beisein der VELTINS-Geschäftsführer Dr. Volker Kuhl (Marketing/Vertrieb) und Peter Peschmann (Technik), des Landtagsabgeordneten Matthias Kerkhoff sowie Landrat Dr. Karl Schneider wurden die neuen Brau- und Abfüllanlagen am Stammsitz Grevenstein in Augenschein genommen. „Wir legen seit jeher Wert auf beste Rohstoffe und setzen deshalb traditionell erntefrischen Hopfen ein, um bewusst auf Hopfenextrakt zu verzichten“, so Dr. Kuhl. Die 200 Jahre alte Brauerei legt bei der Herstellung

Wert auf regionale Zutaten, etwa auf das weiche Quellwasser aus sieben hauseigenen Quellen. Das Familienunternehmen gehört nach Ministeriumangaben damit zur leistungsstarken Ernährungsbranche Nordrhein-Westfalens, die Lebens- und Genussmittel regional produziert, welche bundesweit und international bekannt und geschätzt sind. In Nordrhein-Westfalen arbeiten rund 400.000 Menschen in diesem Wirtschaftszweig – einschließlich Zulieferern, Verarbeitern und Handel.



VERLÄSSLICHER ARBEITGEBER IN NORDRHEIN-WESTFALEN

Ministerin Silke Gorißen würdigte den Unternehmenserfolg: „Das Lebensmittelhandwerk ist eine tragende Säule in Nordrhein-Westfalen. Dazu gehört auch das Brauhandwerk. Seit 200 Jahren braut VELTINS in Meschede mit hoch-



NRW-Ministerin Silke Gorißen machte sich ein Bild verschiedener Abteilungen der Brauerei und begutachtete auch das neue VELTINS Helles Lager.

NRW-Biermarkt

FEST VERANKERT BEI DEN VERBRAUCHERN

Nach Bayern mit einem Bierabsatz von 23,36 Mio. hl entstammen den nordrhein-westfälischen Sudkesseln 21,23 Mio. hl und damit rund ein Viertel des deutschen Gesamtabsatzes. Nordrhein-Westfalen zeigt sich mit einem vergleichsweise moderaten Absatzrückgang von -2,5% (548.480 hl) im Ländervergleich als erfreuliche Ausnahme. Allein an den drei Standorten Meschede-Grevenstein (VELTINS), Kreuztal-Krombach (Krombacher) und Dortmund (Brinkhoff's, DAB) wird die Hälfte des NRW-Bieres gebraut, die anderen 139 Braustätten im Land teilen sich die andere Hälfte des Absatzes. Die Präferenz für Pilsener-Biere besitzt im NRW-Markt eine unverändert feste Verankerung, Verbraucher setzen weiterhin auf die bewährte Qualität und Tradition dieses Bierstils. Mit einem dominanten Anteil von 54,8% aller verkauften Biere besitzt Pils auch in den Handelsregalen des bevölkerungsstärksten Bundeslandes die klare Führungsrolle. Auf Platz zwei folgt laut AC Nielsen die lokale Spezialität Kölsch mit 8,2% vor alkoholfreien Bieren mit 7,7% Absatz. Trotz aller dynamischer Veränderungen im Biermarkt bleibt in Nordrhein-Westfalen eines konstant: Die Bierfreunde zwischen Rhein und Weser legen nach wie vor Wert auf umweltfreundliche Einkäufe mit einem beeindruckenden Mehrweganteil von rund 83%. Im Jahr 2023 blieb die Halbliterflasche das bevorzugte Gebinde. Mit 48,1% kommt der größte Teil des verkauften Bieres in NRW in der 0,5-l-Flasche zum Kunden – der Großteil im Kasteneinkauf.



Attraktive Jubiläumsprodukte

Noch mehr Produkte
finden Sie hier:
veltins-shop.de



Die Brauerei C. & A. VELTINS lässt ihre Freunde in Handel und Gastronomie, aber auch zuhause gern teilhaben an dem 200-jährigen Jubiläum. Deshalb wurden seit dem Frühjahr im VELTINS-Online-Shop eigens kreierte Produkte vorgestellt. Ob Jubiläumsblechschilder zur Wanddekoration, verschiedene Flaschenöffner mit Sammeleffekt, ein Jubiläums-Pin oder ein VELTINS Retro-T-Shirt: VELTINS-Markenfreunde finden zahlreiche Lieblingsprodukte im Online-Shop.

Besonders beliebt waren bislang die Jubiläums-Bierdeckel mit Motiven und -Kampagnen aus der Brauerei-Geschichte, der Flaschenöffner mit der Kult-Kampagne "Wir führen Gutes im Schilde" und dem 200 Jahre VELTINS-Jubiläumslogo sowie das Jubiläums-Poloshirt im angesagten Retro-Look für Herren. •



Historische MINIATURMODELLE

Historie en miniature: Im VELTINS-Shop gibt es außerdem vier weitere Modelle aus dem historischen Fuhrpark der Brauerei.

Anlässlich des 200-jährigen Jubiläums der Brauerei C. & A. VELTINS knüpft der Modellbauer Wiking an die Wirtschaftswunderjahre der Bierauslieferung an. Entstanden ist ein vierteiliges Modell-Set, das den Mercedes-Benz LP 333 („Tausendfüßler“) mit vorderer Zwilingsachse, aber auch den VW T1 Typ 2 der ersten Bulli-Generation sowie den VW T2 mit Doppelkabine zeigt. Als I-Tüpfelchen gibt es ein typisches Plakat aus der Erfolgskampagne der Siebzigerjahre „Wir führen Gutes im Schilde.“ zu sehen. Wiking verkleinert das legendäre Motiv mit dem durstigen Mond. •



Der VELTINS-Fuhrpark als Wiking
Miniaturmodelle.

Mega-Chance

GEBURTSTAGSGEWINNE ZUM VELTINS-JUBILÄUM

Ganz nach dem Motto „VELTINS sagt Danke für 200 Jahre“ präsentierte sich die Kronkorken-Aktion 2024 als ein Geschenk für die Markenfreunde.

Über sechs Millionen Euro in bar wurden an glückliche Jubiläumsgewinner ausgeschüttet und 200 hochwertige Sondergewinne fanden ihre neuen Besitzer. Besonders beliebt war der exklusive VELTINS-Zapf-

schirm mit integrierter Zapfanlage, der bereits zuvor in den sozialen Medien für Aufsehen und Begeisterung gesorgt hatte. Die VELTINS-Jubiläumsaktion wurde medial in bewährter Weise von verkaufsfördernden Maßnahmen

am Point of Sale begleitet. Das Motto „VELTINS sagt Danke für 200 Jahre“ war vielerorts präsent und zog die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich. Parallel dazu wurde die Aktion in den Online- und Social-Media-Aktivitäten gespielt, um die Reichweite zu erhöhen und sowohl die Marke als auch die Aktion attraktiver zu machen. •



Aktionstage im Sauerland-Museum



INTERNATIONALER MUSEUMSTAG

Besonders beim Internationalen Museumstag nutzten zahlreiche Besucherinnen und Besucher nicht nur das Angebot des freien Eintritts in die Ausstellung, sondern genossen im Innenhof ein Pülleken und informierten sich bei der VELTINS-Biersommelière Julia Klose bei einer Bierverkostung über die geschmackliche Vielfalt des Gerstensaftes.

PUBLIC VIEWING ZUR EM

Rund 800 Fans versammelten sich im Museumshof, um bei drei Vorrunden-Spielen der Fußball Europameisterschaft 2024 vor der großen Leinwand die deutsche Nationalmannschaft zu unterstützen. Bei diesem Public Viewing Event durfte frisch gezapftes VELTINS natürlich nicht fehlen!



BRASS N' BEER

Bei der Brass n' Beer After-Work-Veranstaltung waren mitreißende jazzige Klänge im Museumshof zu hören. Die „Hasley Musikanten“, eine Blasmusikgruppe aus Olsberg, sorgte bei sommerlichen Temperaturen für gute Stimmung und war ein echter Publikumsmagnet. Neben frisch gezapftem VELTINS lud Biersommelière Julia Klose zur Verkostung verschiedener VELTINS-Biere ein und fachsimpelte mit den Besuchern über Hopfen, Malz und den Besonderheiten eines VELTINS Pilseners.

MITTELALTERLICHES MUSEUMSFEST

Und dann gab es auch noch Brauen live: Hunderte Besucher versammelten sich nach Ferienende im Innenhof des Museums, um bei strahlendem Sonnenschein vor der historischen Kulisse des Sauerland-Museums Handwerkskunst, Gaukler, historisches Bierbrauen und Feuershows zu erleben. Ein Highlight des Festes war die Präsentation des historischen Brauprozesses nach dem Reinheitsgebot von 1516 rund um VELTINS-Braumeister Armin Naumann, die eindrucksvoll den Bogen zum Thema der Sonderausstellung schlug.



Tankbier-Express beliefert SAUERLÄNDER GASTRONOMIE

Neuer Service, neuer Genuss: Die Sauerländer Gastronomie erhält durch die Einführung von Tankbier innovativen Versorgungscharakter. Immer mehr Betriebe setzen darauf, ihr frisches VELTINS statt aus Fässern in speziell versiegelten Tanks direkt aus der Brauerei geliefert zu bekommen.

www.veltins.de

#tankbier



Ganz gleich, ob Fassbier oder Tankbier – einen Unterschied gibt es nicht. Der Vorteil: Ab einer gewissen Gastronomiegröße entfällt das regelmäßige, personalintensive Anzapfen neuer Fässer und die Gäste erleben eine brauereifrische Bierrezeanz. Dank der Zusammenarbeit zwischen der Brauerei C. & A. VELTINS und dem Westfälischen Gastronomie-Service (WGS) werden ausgewählte Gastronomiebetriebe für die Bierversorgung in seiner frischesten Form angefahren. Die Anlieferung erfolgt mit einem Auslieferungsfahrzeug, das mit einer Pumpeneinheit sowie bis zu drei mantelgeköhlten Tankbiertransporttanks ausgestattet ist. Dabei ist das Prinzip nicht neu. VELTINS schöpft aus der über zwei Jahrzehnte langen Erfahrung der Belieferung der VELTINS-Arena auf Schalke, die Europas größte Tankbieranlage beherbergt.

Der WGS – eine 100%-Beteiligung der Brauerei C. & A. VELTINS – hat sich in enger Zusammenarbeit mit der Grevensteiner Privatbrauerei als Tankbierspezialist etabliert. Der gastronomische Getränkefachgroßhändler rüstet einen im Fuhrpark vorhandenen Lkw um, der kurzfristig mittels einer Pumpeneinheit und zwei 30-hl-Tanks zu einem Tankbierlieferfahrzeug umfunktioniert wird. Das Bier wird frisch aus dem Tank der Brauerei C. & A. VELTINS an über ein Dutzend ausgewählte Gastronomieobjekte im Sauerland, darunter unter anderem die Tenne in Willingen und das Torhaus am Möhnesee, geliefert. Kein Wunder, dass Gäste staunen, wenn



Die Brauerei C. & A. VELTINS und der Westfälische Gastronomie-Service beliefern ausgewählte Gastronomiebetriebe mit frischem VELTINS aus kühlmantelgeschützten Tankbiertransporttanks.

das Tankbierlieferfahrzeug vor den Betrieben haltmacht und dann die beiden eindrucksvollen 3.000-l-Tanks mit der Pumpeneinheit sichtbar werden – ein bislang unbekanntes Bild in der westfälischen Gastronomie.

NICHT AUF EXTERNE DIENSTLEISTER ANGEWEISEN

Die Kooperation ermöglicht es, hohe Qualitätsstandards einzuhalten und den Biergenuss auf höchstem Niveau zu garantieren. „Wir haben uns bewusst dazu entschieden, die Belieferung und Betreuung unserer Partnerbetriebe in der Hand der WGS zu behalten, um unsere

hohen Qualitätsstandards zu gewährleisten“, so Bastian Struwe, Geschäftsführer des Westfälischen Gastronomie-Service. „Bier ist ein hochwertiges Produkt, das eine durchgängige Kühlung und richtige Handhabung erfordert, daher legen wir großen Wert auf die fachkundige Betreuung unserer Kunden.“ Der WGS verfügt inzwischen über sieben Tankbier-Transporttanks, jeder einzelne fasst 3.000 l Bier. Die Transporttanks können sowohl zwischengelagert als auch direkt von der Brauerei zum Gastronom gebracht werden. Die isolierten Edelstahlbehälter sind mantelgeköhlt, um der lückenlosen Kühlkette Rechnung zu tragen. Das

Tankbier-Team besteht aus Mitarbeitern der Brauerei C. & A. VELTINS sowie des WGS. So wird sichergestellt, dass alle qualitätsrelevanten Standards erfüllt werden. Schalke-Fans wissen seit 2001 um die Hochwertigkeit ihrer Tankbierversorgung in der VELTINS-Arena. Dort hat sich die Bierlogistik – einmalig in dieser Dimension in Europa – bestens bewährt und sorgt für eine Bierfrische wie

» Wir legen Wert auf
die fachkundige
Betreuung
unserer Kunden. «

Bastian Struwe
Geschäftsführer WGS

im Landgasthof. Keine andere Brauerei Deutschlands verfügt damit über solch wertvolle Erfahrungen in der Tankbierlogistik. Die technischen Details der Tankbierabfüllung sind durchdacht: In den Tanks lagert das Bier in sackähnlichen Behältern. Dieser sogenannte Inliner wird durch Druckluft zusammengepresst, wodurch das Bier ohne zusätzlichen Kohlensäure-Einsatz in



Schalke-Fans wissen seit 2001 um die Hochwertigkeit ihrer Tankbierversorgung in der Veltins-Arena. Dort hat sich die Bierlogistik bestens bewährt und sorgt für eine Bierfrische wie im Landgasthof.



Der WGS verfügt über sieben Tankbier-Transporttanks, jeder einzelne fasst 3.000 l Bier. Die Transporttanks können sowohl zwischengelagert, als auch direkt von der Brauerei zum Gastronom gebracht werden.

die Zapfanlagen gelangt. Der Inliner ist recycelbar und wird nach Gebrauch zurückgegeben, was zur Nachhaltigkeit des Systems beiträgt. Durch den Verzicht auf zusätzliche Kohlensäure-Flaschen und den kontinuierlichen Ausschank ohne Fasswechsel wird nicht nur der Schankverlust reduziert, sondern auch der Arbeitsaufwand für das Personal verringert – in Zeiten von Personalmangel

gerade in bieraffinen Großbetrieben ein deutlicher Arbeitsvorteil. Zudem sind die Tanks platzsparender, da keine leeren Fässer oder anderes Leergut im Weg stehen. •

MASSGESCHNEIDERTE KONZEPTE FÜR PASSENDE GASTRONOMIEGRÖSSE

Nicht überall macht Tankbier Sinn. „Erst ab einer gewissen Größe ist ein maßgeschneidertes Konzept empfehlenswert“, so Bastian Struwe. Jede Tankbier-Anlage wird deshalb individuell geplant und installiert, um den spezifischen Anforderungen der jeweiligen Gastronomiebetriebe mit ihrer bereits aufgebauten Infrastruktur gerecht zu werden. Der Mindestabsatz für Tankbier liegt bei rund 150 hl Bier pro Jahr. In den Gastronomie-Objekten sind in der Regel mehrere 500 oder 1.000-Liter-Tanks untergebracht. Ob externe Kühllhäuser oder die Integration in bestehende Kühllhäuser – das Team von WGS und VELTINS

sorgt dafür, dass jede Anlage optimal funktioniert. Auch nach der Installation steht das Tankbier-Team für Fragen und Probleme bereit, was einen fachgerechten Kundenservice gewährleistet. Die Gastronomiebetriebe im Sauerland sind indes zufrieden mit den Tankbier-Anlagen. Die individuelle Anpassung und die optimale Qualität des Bieres haben die Umstellung auf Tankbier zu einer lohnenswerten Investition gemacht. Dann kann der Tankbier-Express rollen.



Bastian
Struwe



Das Wirtshaus „Zum goldenen Stern“ ist aus Greven nicht wegzudenken. Seit 350 Jahren ist die Gastwirtschaft ein Ort für Gastlichkeit und Genuss – in diesem Jahr wurde das eindrucksvolle Jubiläum gefeiert.

Zum Goldenen Stern feiert 350. Jubiläum **GREVENER GASTWIRTSCHAFT** mit langer Tradition

Mitten in Greven befindet sich ein Ort echter Gastlichkeit. Seit mehr als drei Jahrhunderten lädt die Gaststätte „Zum goldenen Stern“ in den Schankraum und an die altherwürdige Theke ein.

Das älteste Wirtshaus Grevens ist aus der Stadtmitte nicht wegzudenken und Pächter Bernd Temme darf zu Recht stolz auf dieses besondere 350-jährige Jubiläum sein. „In diesen alten Gemäuern wurde 1674 ein Gasthaus gegründet, seit 1995 bin ich mit meiner Lebensgefährtin Beate Röppnack Pächter des „Goldenen Sterns“, berichtet Bernd Temme, „seit der gastronomischen Eröffnung sind hier noch nie die Lichter ausgegangen!“ „Anno 1674 – An Gades Segen ist alles gelegen“ – so steht es in Holz geschrieben, der Gruß ist bis heute über dem offenen Kamin für alle gut sichtbar. Zunächst entstand der westliche Gebäudeteil, der östliche Anbau mit dem heutigen Saal wurde 1897 fertiggestellt. Familie Winnighoff füllte

Seit fast 30 Jahren steht Bernd Temme (l.) nun hinter dem Zapfhahn und serviert seinen Gästen gern VELTINS Pilsener frisch gezapft. Mit VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Frank Brinkmann stößt er auf 350 Jahre Gastronomie-Tradition an.



Die hölzerne Einrichtung im „Goldenen Stern“ versprüht den liebevollen Charme des 19. Jahrhunderts – die Gäste mögen es.

über mehrere Generationen das Wirtshaus mit Leben und machte den „Goldenen Stern“ zum gastronomischen Mittelpunkt Grevens. Noch heute sagt man „lass uns zu Öppe gehen“, um ein frisch gezapftes VELTINS Pilsener zu genießen.

GÄSTE SCHÄTZEN DIE WESTFÄLISCHE KÜCHE

Öppe, das war Josef Winnighoff, der letzte Wirt der Familie, bevor Bernd Temme und Beate Röppnack die Gastronomie mit Herz und Hand übernahmen. Seit fast 30 Jahren steht Bernd Temme nun hinter dem Zapfhahn und serviert seinen Gästen gern VELTINS Pilsener oder Pülleken vom Fass, aber auch die Marke Grevensteiner und die Produkte der Brauerei Gebr. Maisel aus Bayreuth sind im Getränkesortiment. Die Besucher, oftmals Stammgäste, honorieren den Geschmack. Im Münsterland schätzen die Gäste die westfälische Küche im „Goldenen Stern“. Und auch der Blick hi-

SPEZIALITÄTENMARKE GREVENSTEINER FÜR STUNDEN MIT VIEL GENUSS

Mit dem Start von Herbst und Winter ist auch wieder Zeit für geschmackvolle Bierspezialitäten wie Grevensteiner Bockbier. Diese lassen die Freude auf die kalte Jahreszeit erwachen.



Jedes Jahr aufs Neue lässt die Landbiermarke Grevensteiner in der kalten Jahreszeit die Lust auf eine der süffigen Bierspezialitäten aufleben. Keine andere Biersorte steht gegenwärtig so für ein Lebensgefühl wie Landbier. In ihr spiegelt sich das Bekenntnis zur Brautradition, aber auch der Wunsch nach geschmacklicher Vollmundigkeit wider. Auch visuell findet die Landbier-Spezialität immer wieder einen Weg, dem Markenfan zu begegnen. Auf der Instagram-Seite werden Grevensteiner-Fans regelmäßig über alle Aktionen und Neuigkeiten informiert.



ZEIT FÜR TRADITIONELLEN GENUSS

Herbst und Winterzeit sind Zeiten der Genüsse – für alle Sinne und vor allem für den Gaumen. Die Grevensteiner Biere werden in der Tradition alt ehrwürdigen Brauhandwerks und mit historischen Malzsorten gebraut, so wie es die Zwillingbrüder Carl und Anton Veltins vor über 100 Jahren taten. Die Grevensteiner Spezialitäten wirken trotz des runden und leicht malzig-süßen Körpers spritzig und elegant. Ergänzend dürfen sich deshalb alle Spezialitätenfreunde ab Oktober wieder über das saisonale dunkle Bockbier freuen. Grevensteiner spricht seine Markenliebhaber dabei selbstverständlich klassisch im Handel oder über einen genussvollen Probierkontakt in der Gastronomie an. Dort erweist sich das spritzig-elegante Original oder das mild-süffig Helle als Begleiter zum schmackhaften Gericht, trifft dabei den Nerv der Zeit und macht die Freunde eines Spezialitätenbieres glücklich.

nein verspricht gelebte Tradition, denn die mächtigen Mauern und die hölzerne Einrichtung versprühen den liebevollen Charme einer Gastwirtschaft aus dem 19. Jahrhundert. Bernd Temme und Beate Röppnack können in ihren verschiedenen Räumlichkeiten rund 150 Personen bewirten, gern nehmen Gesellschaften für Familienfeiern im Gastzim-

mer Platz. Zum „Goldenen Stern“ an der Martinistraße gehört auch noch der große Gewölbekeller, in dem bis 1914 eine Brauerei mit eigenen Braukesseln und später eine Blaudruckerei untergebracht war. Heute ist der historische Gewölbekeller Heimat für den Beat-Club Greven e.V. und aus der Kulturszene Grevens nicht wegzudenken. ●

Pülleken

vor Ort erlebbar

Sommer heißt Geselligkeit und eine gute Zeit mit Freunden und Familie erleben. Bei zahlreichen Events in ganz Deutschland war das mild-süffige helle Pülleken mit von der Partie.

www.puelleken.de #Promotion

Besonders beliebt in diesem Sommer war der nostalgische grüne Pülleken-Bulli, der an zahlreichen Orten, unter anderem in Husum, Varense, Darmstadt, Bad Salzungen, Kassel oder Arnshausen Station machte, und bei Handel oder Gastronomie zum zentralen geselligen Anlaufpunkt wurde. 40 Stationen lagen bislang auf dem Weg des Publikums Lieblings. Bis in den November hinein wird er noch an 13 weiteren Orten Halt machen und neben der beliebten Pülleken-Flasche auch helles Pülleken vom Fass anbieten. Das mild-süffige helle Pülleken über-



Atmosphärisches und authentisches Markenerlebnis.

zeugt durch ein einzigartiges Produkt-Markenkonzept eine große Bandbreite an Konsumentinnen und Konsumenten und erfreut sich weiterhin einer wachsenden Distribution. So war es im August auch auf dem Electricize, dem größten Musikfestival in Nordrhein-Westfalen, mit einem eigenen Pülleken-Biergarten präsent. Drei Tage lang feierten über 45.000 Musik-Fans auf dem Gelände vor Haus Hohenbusch in Erkelenz. Im Pülleken-Biergarten begegneten sich Fans jeden Alters und Musikgeschmacks, um gemeinsam das helle Pülleken zu genießen. •

TOP 5 HELLBIER-MARKEN IN DEUTSCHLAND UND NRW

MARKTANTEIL NATIONAL

Augustiner Hell	16,7%
Bayreuther Hell	8,5%
Helles Pülleken	5,2%
Tegernseer Hell	4,3%
Mönchshof Hell	3,7%

MARKTANTEIL NRW

Helles Pülleken	25,8%
Bayreuther Hell	8,8%
Mönchshof Hell	6,4%
Spaten Münchner Hell	5,7%
Augustiner Hell	5,3%

Quelle: Nielsen (2024), 01-04/2024; LEH+GAM, Marktanteile in %



Direkt zum VELTINS-Shop:
veltins-shop.de



DAS SKAT-SPIEL MIT AUGENZWINKERN

Bube, Dame, König, Ass? Wohl eher Lausbub, Scherzdame, Kasperkönig und Ass im Fass! Brandneu im VELTINS Online-Shop ist ab September das neue Pülleken Skat-Spiel erhältlich. Auf den 32 Karten des französischen Blatts treiben unsere Pülleken Männer Schabernack und sorgen für heiteres Kartenkloppen Zuhause oder in der Lieblingskneipe! •

NEUE PÜLLEKEN SPOTS IM CONNECTED TV

Nach der ersten erfolgreichen TV-Kampagne im März und April startete für die Marke Pülleken im Spätsommer eine weitere TV-Kampagne. Im August wurden neue Spots im Connected TV auf verschiedenen Online-Kanälen wie Netflix, YouTube und Amazon Prime ausgespielt. In gezeichneten Animationen werden die drei Protagonisten zum Leben erweckt und in neue humorvolle Geschichten verwickelt. Während der Spot „Fassbaden“ die sommerliche August-Hitze auf-

greift, bringt der Titel „Schweres Gepäck“ die Zuschauer mit einem Überraschungsmoment zum Schmunzeln.

Der Spot „Schlafenszeit“ im Stil einer vorgelesenen Gute Nacht-Geschichte freut sich abends über Präsenz. Im vierten Quartal werden auf den reichweitenstarken Sendern Pro Sieben, RTL, RTL2, Kabel1, Sat.1 und VOX erneut auch im TV die Pülleken-Spots ausgespielt und den Zuschauerinnen und Zuschauern ein Schmunzeln entlocken. •

HIER GEHT ES ZU DEN NEUEN PÜLLEKEN-TV-SPOTS





Präsentieren die neue Partnerschaft mit Westfälisch Genießen: (v.l.) Werner Borgmeier, Jens Derksen (VELTINS-Vertriebsdirektor Gastronomie), Max Stroetmann (Präsident Westfälisch Genießen), Prof. Dr. Ulrike Detmers (Vizepräsidentin Westfälisch Genießen), Fabian Veltins (VELTINS-Prokurist), Hermann-Josef Veith (Carolinen Brunnen).

VELTINS fördert Westfälisch Genießen

Die Brauerei C. & A. VELTINS demonstriert ihre kulinarische Verbundenheit mit Westfalen fortan mit einem besonderen Engagement. Künftig unterstützt das Unternehmen die Initiative Westfälisch Genießen, die sich mit Köchinnen und Köchen aus 24 Restaurants die Pflege und Zukunftsausrichtung der kulinarischen Kultur Westfalens auf die Fahne geschrieben hat.

KULINARIK

Beim offiziellen Auftakt begrüßte das Westfälisch Genießen-Präsidium feierlich den neuen Förderer. „Wir freuen uns sehr, dass mit VELTINS eine der renommiertesten deutschen Biermarken die Werte von Westfälisch Genießen anerkennt und unterstützt. Die Förderung der westfälischen Esskultur und regionalen Wertschöpfung ist sowohl für die regionale Identität als auch für die wirtschaftliche Entwicklung Westfalens von großer Bedeutung“, sagte Max Stroetmann, Präsident von Westfälisch Genießen e.V. Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei VELTINS, erläuterte das Engagement: „Die Brauerei C. & A. VELTINS freut sich, dass der Verein ‚Westfälisch genießen‘ mit seinen gastronomisch ambitionierten Mitgliedern in Zukunft als Partner auf unser Haus setzt, das die Gastronomie seit jeher mit Kontinuität und Verlässlichkeit begleitet. Gerade in schwierigen Zeiten stehen wir fest an der

Seite der Gastronomie, weil wir um die Chancen engagierter Betriebe wissen, die für Qualität, Service und Regionalität gleichermaßen stehen. ‚Westfälisch genießen‘ ist ein vielsagender Vereinsname, der bei den Gästen einen guten Klang besitzt. Die gastronomische Landschaft hat sich in den vergangenen 25 Jahren gerade in Westfalen so verändert wie in keinem anderen Jahrzehnt zuvor - jetzt geht es darum, gemeinsam den Markt mitzugestalten.“ Gefeierte wurde die Zusammenarbeit im Dortmunder Restaurant Overkamp, das seit vielen Jahren zum Kreis der Westfälisch Genießen-Betriebe gehört. Gastge-



Günther Overkamp, Gastgeber der Auftaktveranstaltung, betont, dass Heimatküche und regionale Produkte mehr denn je angesagt sind.



Das Gütesiegel Westfälisch Genießen dient dem Gast als sicherer Hinweis, dass er in einem Restaurant westfälisch gut speisen kann.



Detlef Ratzke (l.) und Rupert Thiele (beide Getränke Weidlich) stoßen mit Fabian Veltins (r.) und Jens Derksen (2.v.r.) auf die Partnerschaft an.

» Regionalität ist ein beständiger Trend, dessen Bedeutung künftig noch weiter zunehmen wird. «

ber Günther Overkamp sitzt als Sprecher der Gastronomen auch im Präsidium von Westfälisch Genießen: „Regionalität ist ein beständiger Trend, dessen Bedeutung künftig wahrscheinlich noch weiter zunehmen wird“, so Overkamp. „Wir merken auch in unserem Gästekreis, dass Heimatküche und regionale Produkte mehr denn je angesagt sind. Umso mehr sind wir stolz, ein Teil von Westfälisch Genießen zu sein und uns in dieser starken Gemeinschaft zusammen mit tollen Kolleginnen und Kollegen aus anderen Häusern für die Qualität und Vielfalt der heimischen Küche einzusetzen. Ich freue mich, dass VELTINS dieses Engagement unterstützt. Und mal ehrlich: Was passt besser zur westfälischen Küche als ein frisches Pils?“ Gemeinsam mit seinem Team kreierte der Koch ein westfälisches Menü, das auf spannende Weise die Philosophie von Westfälisch Genießen widerspiegelte und harmonisch die Tradition und Zukunft der heimischen Regionalküche auf dem Teller kombinierte. Das Dessert kam von Westfälisch Genießen-Kollege Bernhard Kampmann. Dieser war aus dem Schlichte Hof in Bielefeld angereist und präsentierte eine süße Westfälische Zigarre – ganz ohne Rauch und auch im Nichtraucherbereich zu genießen. „Gemeinsam mit kreativen Köchinnen und Köchen sowie Gastgebenden in ganz Westfalen zeigt Westfälisch Genießen immer wieder, wieviel Potenzial in der regionalen Esskultur steckt“, freute sich Friedrich Wilhelm Krüger, Geschäftsführer der Initiative. „Der Support starker Förderer ist dabei elementar, denn



Kulinarisches Aushängeschild

Das ovale Schild mit dem Logo-Schriftzug Westfälisch Genießen hängt heute an den Türen von 24 Häusern, vom Teutoburger Wald und dem Münsterland über das westfälische Ruhrgebiet bis ins Sauerland und Siegerland. Es dient dem Gast als sicherer Hinweis, dass er in einem Restaurant westfälisch gut speisen kann. Neben der Verleihung dieses Gütesiegels gehören die Veröffentlichung von Rezepten und Kochbüchern, Kochkurse und Workshops sowie gemeinsame Presseaktionen und Showkoch-Events und ein Azubi-Kochwettbewerb zu den Aktivitäten der Initiative. Der Verein ist außerdem Herausgeber eines Gastronomie-Führers und einer Gästezeitung. Unter dem Dach Westfälisch Genießen präsentieren die beteiligten Köche und Gastronomen die heimische Küche bei gesellschaftlichen Anlässen und Veranstaltungen der Region und sind als kulinarische Botschafter Westfalens gern auch mal grenzüberschreitend unterwegs. Neben der Brauerei C. & A. VELTINS machen sich drei weitere Unternehmen der Region als Förderer die westfälische Esskultur stark. Dies sind die Firma L. Stroetmann Großverbraucher in Werne, die Großbäckerei Mestemacher in Gütersloh und der Carolinen Brunnen, Bielefeld. Mit dem Status des Empfohlenen Lieferanten unterstützt außerdem der Frischgeflügelspezialist Borgmeier in Delbrück den Verein. ●



GENUSS IM HERZEN DES HARZES:

REGIONALE TRADITION UND KREATIVITÄT VEREINT



Der Harz ist zu jeder Jahreszeit eine Reise wert. Ob beim Wandern durch Wälder, beim Erkunden historischer Städte oder beim Entspannen an idyllischen Seen – der Harz hat für jeden Geschmack etwas zu bieten. Die Region ist geprägt von einer abwechslungsreichen Auswahl an besonderen Restaurants und Gaststätten – immer mit dabei ein frisches VELTINS!

www.veltins.de
[#gastronomieharz](https://www.instagram.com/gastronomieharz)

TORFHAUS HARZRESORT GMBH MIT WIENERWALD TORFHAUS

Roman Plate
Altenau

Auf 812 Metern Höhe, mitten im Nationalpark Harz, findet man im Torfhaus Harzresort den perfekten Ort, um dem Alltag zu entfliehen. Mit dem Brocken zum Anfassen nah bietet das Resort alles, was das Herz begehrt: Wandern durch zauberhafte Wälder, Biken über hügelige Trails oder Ski fahren auf glitzernden Pisten. Das Resort umfasst 46 gemütliche und modern gestaltete Ferienhäuser. Die Häuser haben eine Größe von 75 bis 95 Quadratmetern und sind für bis zu acht Personen buchbar. Mit vollausgestatteter Küche, Sauna, Kamin und vielem mehr steht einem entspannten Aufenthalt nichts entgegen.

Zum Resort gehört das 4-Sterne Berghotel mit 26 Doppelzimmern. Ebenfalls in Torfhaus angesiedelt ist das erste neue Restaurant des Gastro-Klassikers Wienerwald. Mit modern ausgestatteter Küche und eindrucksvollem Ambiente ist die Gastro-Marke Wienerwald zurück. Hier wird Essen wieder zum Erlebnis. Das beliebte Wienerwald Hendl steht natürlich weiterhin auf der Speisekarte. Daneben spielen Spezialitäten aus der alpenländischen Küche und frische

Salate die Hauptrolle, ergänzt durch leckere vegetarische und vegane Gerichte. Saisonale und regionale Speisen verzauern zusätzlich den Gaumen. Seit November 2023 gibt es frisches VELTINS Pilsener sowie Maisels vom Fass. „Das VELTINS Pilsener ist ein super Bier. Es schmeckt einfach am besten“, so Roman Plate, Geschäftsführer Torfhaus Harzresort und Wienerwald Restaurant. „Es ist eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe, die viel Spaß macht.“



Das Wienerwald Restaurant in Torfhaus ist das erste in Deutschland. Carsten Engelmann, VELTINS Gebietsverkaufsleiter Gastronomie, Roman Plate, Geschäftsführer Torfhaus Harzresort und Wienerwald Restaurant, Andre Albrecht, stellvertretender Betriebsleiter Wienerwald und Alexander Hartwig, VELTINS Gebietsverkaufsleiter Gastronomie (v.l.n.r.).



DAS SCHIERKE - HARZRESORT GMBH MIT RESTAURANT LUIS

Roman Plate
Schierke

Nur circa fünf Kilometer vom Brocken entfernt liegt mitten im Grünen das Schierke Harzresort. Die 36 Ferienhäuser bieten den perfekten Mix aus modernem Komfort

und Waldhütten-Flair – stilvoll, aber gemütlich. Mit knisterndem Kamin, kuscheligen Decken und einem herrlichen Blick in die Natur bietet es ganz viel Wildromantik. „Ob zu zweit oder in einer Gruppe, es gibt verschiedene Lodges für jedermann“, so Roman Plate, Geschäftsführer Schierke Resort und Restaurant Luis. Das Resort verfügt über einen Indoor- und Outdoor-Spielplatz, einen Fußballplatz für Kinder, einen Fahrradverleih und vieles mehr. Mit auf dem Gelände ist das Restaurant Luis, in dem sowohl die Resortgäste als auch externe Besucher vom Frühstücksbuffet bis zum Abendessen alles geboten bekommen. Ebenfalls auf der Karte frisches VELTINS Pilsener, Pülleken und Grevensteiner vom Fass sowie VELTINS Pilsener 0,0%, Maisels und Maisels alkoholfrei aus der Flasche. Das Restaurant wurde 2017 eröffnet und hat seitdem sein gastronomisches Konzept immer erweitert.



Das Torfhaus Harzresort (l.) beeindruckt mit 46 stilvollen Ferienhäusern und einem 4-Sterne Berghotel. Im neuen Wienerwald Restaurant genießen die Gäste frisch gezapftes VELTINS Pilsener vom Fass.

Das Markenmagazin



»Die Zusammenarbeit mit VELTINS ist auf Augenhöhe und macht viel Spaß.«



Die 36 Ferienhäuser des Schierke Harzresort verbinden modernen Komfort mit gemütlichem Waldhütten-Flair. Im Resort befindet sich zudem das Restaurant Luis, das Gäste mit regionaler Küche und frischem VELTINS Pilsener, Pülleken und Grevensteiner vom Fass verwöhnt.





Ob Sommer oder Winter – die Wurmberg-Alm mit fantastischem Blick auf Braunlage ist ein beliebtes Ziel für Wanderer und Skifahrer.

GASTSTÄTTE WURMBERG-ALM

Daniel Rajn
Braunlage

Mitten auf dem höchsten Berg Niedersachsens lädt die Wurmberg-Alm zu einer gemütlichen Rast mit unvergesslichem Ausblick ein. Die Berggaststätte wurde Mitte März diesen Jahres von Daniel Rajn übernommen. Mit Hüttenabenden, Oktoberfesten und Silvesterabenden lockt er zahlreiche Gäste auf die Alm – dabei darf natürlich das helle Pülleken von der Brauerei C. & A. VELTINS nicht fehlen. „Das helle Bier passt einfach auf den Berg!“, so Daniel Rajn, der die Alm bereits von 2008 bis 2018 mit seiner Frau als Betriebsleiterpaar geführt hat. Zwischenzeitlich baute er sich zusammen mit seiner Frau Claudia Rajn ein eigenes Lokal auf, die Villa Bodeblick in Schierke, in der selbstverständlich auch Bier aus der Grevensteiner Brauerei auf der Karte steht. „Mit der Übernahme der Villa Bodeblick gab es für mich nur noch VELTINS. Da war klar, das kommt auch auf die Alm. Mit Carsten Engelmann habe ich schon lange einen guten Kontakt. Es passen nicht nur die Produkte. Es ist viel Vertrauen und Zwischenmenschliches dabei“, so der gelernte Speditionskaufmann. Von Schnitzel und Leberkäse bis hin zum eigenen Alm-Döner hat die Küche einiges zu bieten. Skifahrer und Wanderer können sich zudem am Imbissbereich selbst bedienen und mit einer VELTINS Fassbrause, einem VELTINS Radler oder einem VELTINS Pilsener 0,0% auf die



Inhaber Daniel Rajn und VELTINS Gebietsverkaufsleiter Carsten Engelmann kennen sich bereits seit vielen Jahren.

»Das helle Pülleken passt einfach auf den Berg.«



Sonnenterrasse setzen. Derzeit entsteht ein weiterer Anbau, der auch für Tagungen und verschiedene Firmenevents genutzt werden kann. Die Hütte bietet innen Platz für 220 Gäste, mit dem Anbau



werden weitere 70 Plätze erschlossen. Draußen können bis zu 500 Besucher Platz nehmen und den Blick auf Braunlage und die umliegenden Skipisten genießen. Die Alm hat sieben Tage die Woche geöffnet und gibt an manchen Tagen 500 bis 1000 Essen raus.

PANORAMIC HOTEL

Matthias Seidel
Bad Lauterberg

Mit jährlich 135.000 Gästen ist das Panoramic Hotel in Bad Lauterberg eine beliebte Adresse für Jung und Alt im Harz. Das kinderfreundliche Familienhotel bietet mit Schwimmbad, Sauna sowie Wellness- und Massage-Angeboten alles, was Singles, Paare und Familien mit Kindern für eine Auszeit vom Alltag brauchen. Mit einem umfassenden Animationsprogramm ist besonders an die kleinen Gäste des Hauses gedacht, die zwischen verschiedensten Unterhaltungsmöglichkeiten wählen können. Im Restaurantbereich werden lokale



Matthias Mahn (l.), Direktor des Panoramic Hotels, Matthias Seidel (r.), Geschäftsführer des Panoramic Hotels und VELTINS Gebietsverkaufsleiter Gastronomie, Carsten Engelmann stoßen mit frischem VELTINS vom Fass an.

»Unser Hotel bietet alles für eine gelungene Familienauszeit.«



Köstlichkeiten sowie internationale Spezialitäten angeboten. Der Tag startet mit einem reichhaltigen Frühstücksbuffet. Die Räumlichkeiten mit bis zu 550 Sitzplätzen bieten überdies genug Platz für größere Gruppen und eignen sich ideal für Firmenevents, Familienfeierlichkeiten, Hochzeiten und Geburtstage. Die Zusammenarbeit mit der Brauerei C. & A. VELTINS besteht seit 2013. „Mit VELTINS haben wir einen zuverlässigen Partner an unserer Seite. Carsten Engelmann hält was er verspricht“, so Matthias Seidel, Geschäftsführer des Panoramic Hotels. „Wir können uns keinen besseren Partner vorstellen!“. Auf der Karte gibt es VELTINS Pilsener, Grevensteiner und Maisels vom Fass.



Die ehemalige historische Burg verfügt über das höchste Standesamt im Südharz und ist damit eine beliebte Hochzeitslocation.

BERGGASTSTÄTTE HAUSBERG

Jens Riedel
Bad Lauterberg

Die steilste Doppelseilbahn Deutschlands führt hoch auf den Hausberg von Bad Lauterberg, auf dem sich die Berggaststätte befindet. Auf der Sonnenterrasse können bis zu 300 Gäste Platz nehmen und ganz Bad Lauterberg überblicken. Das Restaurant ist ein beliebtes Ziel für Wanderer und Tagestouristen, die zum Shoppen in die Stadt kommen. Jens Riedel führt die Berggaststätte seit 17 Jahren mit seiner Frau, seit 15 Jahren gibt es frisches VELTINS. „Mit dem

»VELTINS Pilsener trifft fast jeden Geschmack in Deutschland.«



VELTINS Pilsener trifft man fast jeden Geschmack in Deutschland. Es ist nicht zu herb oder zu bitter. Auch ich persönlich ziehe ein frisches VELTINS immer vor“, so der gelernte Koch, der bis zu 200 Essen pro Tag rausgibt. Die Speisekarte bietet eine breite Auswahl, von der Currywurst bis hin zum Rinderfilet und Garnelen, hier wird jeder Gast fündig. Die ehemalige historische Burg ist zudem ein beliebter Ort für verschiedenste Veran-



VELTINS Gebietsverkaufsleiter Carsten Engelmann (r.) schätzt die langjährige Zusammenarbeit mit Gastronom Jens Riedel.

staltungen. Besonders Hochzeiten sind seit der Eröffnung des höchsten Standesamtes im Südharz sehr beliebt. Seit 2011 können sich frisch Verlobte im Turm des Hausbergs das Ja-Wort geben. Das stilvolle Hochzeitszimmer sowie das gesamte Restaurant bieten ein ganz besonderes Ambiente.



HOTEL GRÜNE TANNE

Hubert Wewer
Mandelholz

Mit Buttermilch fing alles an... – so startet die Geschichte der traditionsreichen Gaststätte „Grüne Tanne“ in Madelholz „Meine Urgroßmutter hat den ersten Wanderern und Touristen, die in den Harz gekommen sind, Buttermilch serviert“, so Hubert Wewer, der die Gaststätte von seiner Schwester weiterführt. Nach und nach kamen Hotelzimmer und schließlich ein Restaurant hinzu – heute, über 110 Jahre später, hat das Gasthaus sehr viel von seiner ursprünglichen Gemütlichkeit bewahrt und viel Neues dazu gewonnen. Der in der 4. Generation geführte Familienbetrieb verfügt über 30 Zimmer, ein Ferienhaus und Wellnessbereich mit Sauna, Dampfbad, Whirlpool und vielem mehr. Viele Gäste kommen unter anderem aus Norddeutschland, aber auch viele Stammgäste aus der Region oder dem Harz-Randgebiet. Das Café und das Restaurant bieten regionale Spezialitäten, aber auch Klassisches wie Burger und Sandwiches. „Der eigene Geschmack und die eigenen Vorlieben reflektieren sich immer wieder auf der Karte“, so Hubert Wewer, der 1988 in die USA auswanderte. Mit VELTINS Pilsener, helles



Seit 1896 ist die Familie Wewer in Mandelholz gastronomisch tätig. Selbst zu DDR-Zeiten konnte der Betrieb aufrecht erhalten werden.

↓
»Bereits mein Vater
war Gastwirt mit Leib
und Seele.«



Pülleken und Grevensteiner vom Fass sowie Grevensteiner und Pülleken Flaschenbier ist ein sehr breites Produktsortiment der Brauerei C. & A. VELTINS vertreten. Die Zusammenarbeit besteht seit den 1960er-Jahren. „Bereits meine elterliche Gaststätte in OWL hatte VELTINS am Hahn. Mein Vater war Gastwirt mit Leib und Seele. Er war stolz, dass er frisches VELTINS anbieten konnte und hätte nie etwas anderes gewollt“, so Hubert Wewer. „Es ist auch für mich einfach das beste Bier.“



Frisches VELTINS steht in den Gastronomiebetrieben der Familie seit den 1960er-Jahren auf der Karte. Rechts im Bild Gastronom Hubert Wewer mit VELTINS Gebietsverkaufsleiter Carsten Engelmann.

HAPIMAG RESORT BRAUNLAGE

Ingolf Schramm
Braunlage

Fünf Häuser mit Ferienwohnungen, 125 Apartments, ein Spielhaus und ein Haupthaus mit Pool und Sauna – das Hapimag Resort in Braunlage lässt vor allem für Familien keine Wünsche offen. In den geräumigen Apartments ist alles vorhanden, was es für eine schöne Zeit im Harz braucht. Das Restaurant Grimbart's hat fünf Tage die Woche geöffnet und bietet eine deutsche Küche mit vielen regionalen Gerichten wie Wild, Pfifferlingen und Forelle. „Wir legen viel Wert auf möglichst kurze Beschaffungswege für unsere Zuta-

Robert Baltus, Resortmanager (r.), Ingolf Schramm, Restaurantleiter und stellvertretender Resortmanager für die Gastronomie (m.) und Servicemitarbeiter Stephan Schlie sorgen für das Wohl der Gäste im Hapimag Resort Braunlage.



Frisches VELTINS

GENIESSEN IM HARZ

TORFHAUS HARZRESORT GMBH UND WIENERWALD TORFHAUS

Torfhaus 2 und Torhaus 4
38667 Altenau
torfhaus-harzresort.de
wienerwald.de

SCHIERKE HARZRESORT GMBH UND RESTAURANT LUIS

Alte Dorfstraße 1
38879 Wernigerode OT Schierke
schierke-harzresort.de
schierke-harzresort.de/restaurant-luis

GASTSTÄTTE WURMBERG-ALM

Wurmberg 1
38700 Braunlage
wurmberg-alm.de

PANORAMIC HOTEL

Dietrichstal 1
37431 Bad Lauterberg
panoramic-hotel.de

BERGGASTSTÄTTE HAUSBERG

Hausberg 4
37431 Bad Lauterberg
bg-hausberg.de

HOTEL GRÜNE TANNE

Mandelholz 1
38875 Elend
mandelholz.de

HAPIMAG RESORT BRAUNLAGE

Herzog-Wilhelm-Str. 2
38700 Braunlage
braunlage.de/hotel/hapimag-
resort-braunlage

DIE KLEINE ZAUBERWELT

Am Brunnen 5
38700 Braunlage
hotel-wagner-braunlage.de

ten“, so Ingolf Schramm, Restaurantleiter und stellvertretender Resortmanager. Außerhalb der Öffnungszeiten können die Hausgäste in einem Vertrauenshops verschiedene Getränke und regionale Speisen erwerben. Die Zahlung beruht auf Vertrauen. Das reichhaltige Frühstücksbuffet steht sowohl Hausgästen als auch externe Gästen sieben Tage die Woche zur Verfügung. „Wir bieten auch einen Brötchenservice und Take-away-Ge-



Die kleine Zauberwelt ist seit 1962 in Familienbetrieb. Die Gastronomie startete mit einer Bäckerei, die bis heute noch besteht.



Thore Mennen (l.) führt die kleine Zauberwelt in der nächsten Generation weiter.

richte für unsere Hausgäste an“, ergänzt Ingolf Schramm. „Sonntags können sie zum Beispiel einen Burger oder Hirschgulasch mit Spätzle bestellen und dann im Apartment verspeisen.“ Frisches VELTINS fließt hier seit zehn Jahren aus dem Hahn. Zudem gibt es Grevensteiner und Maisels vom Fass sowie helles Pülleken und VELTINS Pilsener 0,0% aus der Flasche.

DIE KLEINE ZAUBERWELT

Thore Mennen
Braunlage

Alice im Wunderland, Peter Pan, der Wolf und die sieben Geißlein, Aladin – diese Märchenwelten spiegeln sich in der kleinen Zauberwelt in Braunlage wider. Im gesamten Restaurant sowie in den 14 Zimmern ist der Name Programm! Jedes Zimmer hat ein eigenes Märchentema. Die kleine Zauberwelt ist seit 1962 in Familienbetrieb und wurde kürzlich von Thore Mennen in der nächsten Generation übernommen

und modernisiert. Seit April diesen Jahres gibt es frisches VELTINS und helles Pülleken vom Fass, des weiteren stehen Maisels, Maisels alkoholfrei und VELTINS Pilsener 0,0% auf der Karte. „Ich trinke schon immer gerne helles Bier und bin ein großer Pülleken-Fan. Da musste das natürlich hier hin“, so Thore Mennen. „Mit VELTINS arbeiten wir schon im Drink'A'Bell Pub zusammen und das passt perfekt“, ergänzt der gelernte Koch, der neben der Zauberwelt auch den Drink'A'Bell Pub in Braunlage mit Mario Hebestriest führt. Der Gast hat eine große Auswahl an veganen und vegetarischen Gerichten, die wahlweise mit Fleischbeilagen ergänzt werden können. Zudem gibt es klassische Gerichte wie Schnitzel, Currywurst, Geschnitzeltes und Kaiserschmarrn. Die Hausgäste können zudem ein Frühstücksbuffet buchen. Im Restaurant finden 48 Gäste Platz und draußen auf der Terrasse können weitere 18 Personen speisen. ●

V+ SOMMER- AKTION

Freunde am See treffen, zum Roadtrip aufbrechen oder die großen Festivals besuchen. Der Biermix V+ war zu jeder Gelegenheit ein passender Begleiter im Sommer 2024 – auch bei einer Erlebnisreise nach Ibiza. Ein Rückblick mit Emotionen rund um Sommer, Sonne, Musik und V+!

Los ging es mit der Festival-Saison beim traditionellen Mayday-Festival in Dortmund, bei dem 15.000 Feiernde den beginnenden Sommer begrüßten.

Bis Ende September war der Biermix bei neun Festivals als Partner dabei und sorgte neben der Musik für Partystimmung und Spaß. Mit allen Events, bei denen V+ Partner war, wurden rund 300.000 Festivalbesucher erreicht. „Festivals und V+ passen einfach gut zusammen“, so Stefan Wiesmann, Marketingdirektor der Brauerei C. & A. VELTINS, „denn mit unseren fünf festen Sortenfavoriten findet jede und jeder den passenden Biermix für sich. Und kann auch mal neue Geschmacksimpulse testen!“ Ob die klassische Geschmacksrichtung Lemon, eher probierfreudiger mit Curuba oder der erst 2023 eingeführte spritzige Biermix V+ Sprizz – der persönliche Favorit ist schnell gefunden. Je heißer der Som-

mer, desto größer werden offensichtlich die Festivals. Bei „Ruhr in Love“ in Oberhausen feierten 40.000 Festival-Fans, in Kastellaun bei „Nature One“ tanzten 65.000 Menschen und bei „Electrize“ in Erkelenz erlebten 35.000 Feiernde die enge Partnerschaft zu V+.

Auch wenn die Festivalsaison zeitlich begrenzt ist, gibt es doch auch indoor einige Highlight-Events, die V+ näherbringen. Im Oktober werden in Dortmund das „Syndicate“ und im Dezember „Toxicator“ in Partnerschaft mit V+ begeistern.●

» Festivals und V+ passen einfach gut zusammen. «

Stefan Wiesmann
Marketingdirektor
Brauerei C. & A. VELTINS



Der Festival-Sommer 2024:
Sonne, Beats und V+.



V+ SOMMERAKTION

Sommergewinnspiel

Die große V+ Sommeraktion sorgte zum dritten Mal für Begeisterung unter den V+ Fans. Ab Mai wurde auf Instagram der Start des Ibiza-Gewinnspiels intensiv begleitet. Dazu stand im Handel die Aktionsware im Regal und wartete auf die interessierten Gewinnspielteilnehmer. Die V+ Fans mussten einfach nur den QR-Code auf Sixpack, Flasche oder Dose scannen und schon war eine einfache Teilnahme über die VELTINS-App möglich. Ende August starteten zehn glückliche Gewinner mit Begleitung Richtung Ibiza, um vier erlebnisreiche Tage mit einem spannenden Programm auf der Insel zu verbringen. Ein echtes V+ Highlight!



Neue Limitierte Edition

V+ TUTTI FRUTTI ENERGY

In den Sommermonaten war die neue limitierte Edition V+ Tutti Frutti Energy im Handel erhältlich. Das fruchtige Biermischgetränk aus 80% Bier und 20% koffeinhaltigem Erfrischungsgetränk wartet mit einer strahlend leuchtenden Pink-Rot-Optik auf und erinnert an einen beerigen Cocktail aus Himbeere und Brombeere. Mit dem sommerlichen pinken Flamingo im Design wurde am PoS vor allem die Zielgruppe der unter 30-jährigen Verbraucherinnen und Verbraucher angesprochen.



GPS macht's möglich:

VELTINS- POKAL IM KORNFELD



Ein Glas im Kornfeld –
und kein Ufo.

Na, was steht dann da im Kornfeld bei Dortmund? Hier ist kein Ufo gelandet, sondern Bauer Friedrich Mertin hat gemeinsam mit der Brauerei C. & A. VELTINS eine impulsstarke Aktion umgesetzt.

In der Erntezeit hat der Landwirt einen VELTINS Exklusiv-Pokal in sein Kornfeld gemäht. Mit viel Augenmaß und Präzision entstand Dank der in den Mähdrescher integrierten GPS-Navigation das eindrucksvolle Kunstwerk in 200m Höhe und 80m Breite. Der von der Firma Agravis genutzte Fendt Ideal Mähdrescher war durch die integrierte GPS-Navigation in der Lage, die Form exakt zu mähen. Auf Basis

einer Abbildung des Original VELTINS Exklusiv-Pokals und der echten Feld-Koordinaten wurden die GPS-Daten des Glases in das Steuersystem des Mähdreschers eingegeben. Es musste allerdings sichergestellt werden, dass das immerhin elf Meter breite Schneidwerk des Vollernters die GPS-Rundungen wirklich detailgetreu nachfahren kann. Dabei waren die größten Herausforderungen der Glasboden und der Hals des Glases.



Wo gemäht wird, fällt auch
viel Korn zum Abtransport an.



GPS-Profis bei der Maßarbeit.

Pokalmaße von etwa 200m x 80m, gedreht wurde aus ca. 150m Höhe.

Ein Kamerateam filmte die Aktion mit zwei Drohnen und einer Bodenkamera. Bis alles im Kasten war, verging in der Tat ein ganzer Tag. In dieser Zeit wurde drei Mal geerntetes Getreide abgepumpt. Das Ergebnis kann sich in jedem Falle sehen lassen!

Das Video wurde auf den VELTINS-Kanälen auf Instagram, Youtube und LinkedIn veröffentlicht und hat bereits zahlreiche positive User-Reaktionen hervorgerufen. Über diesen QR-Code geht es zum Video:



FRISCH AUF SOCIAL MEDIA

Auf den Accounts der VELTINS-Marken gibt es häufig etwas Neues zu sehen. Einfach mal reinschauen!

**"GEMEINSAM SCHAFFEN WIR ALLES!"
MEIN BESTER FREUND UND ICH:**



Das Posting mit den meisten Interaktionen 2024 ist der XXL-Kasten. Kein Wunder bei soviel frischem VELTINS.

Noch mehr Spaß gibt es bei VELTINS auf Instagram...

... und natürlich auch bei Facebook:



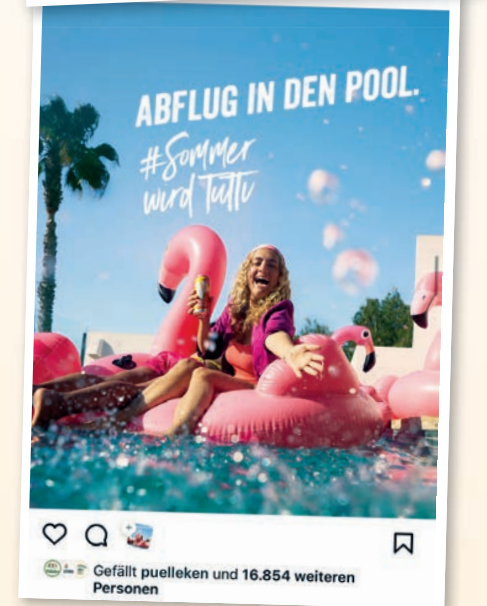
Das ist ja die Höhe!



Das Markenmagazin



**"ENDLICH SOMMER!"
DER SOMMER:**



**GUTE REICHWEITE MIT
ATTRAKTIVEM CONTENT**

Rund fünf Milliarden Menschen weltweit nutzen Dienste wie z.B. Facebook, Instagram, TikTok oder WhatsApp. Wir freuen uns, wenn Gastronomen und Markenfreunde ihre Erlebnisse oder unsere Postings teilen und dabei Interaktion entsteht – machen auch Sie mit!

SIE HABEN EIN FOTO FÜR UNS?

Wir freuen uns über Ihre Einsendungen an:
presse@veltins.de

LIKE



Der nahezu lautlose Bus in Solingen versprüht besonderen Charme und macht die Rundfahrten zum Highlight für Besucher.

Pure Nostalgie:

DER TROMMLER AUF DEM ALTEHRWÜRDIGEN OBUS

Eine Fahrt im historischen Oberleitungsbus ist mehr als nur eine Fahrt durch Solingen – es ist eine Reise in die Vergangenheit. Genau dieses besondere Erlebnis feierte das Obus-Museum Solingen anlässlich seines 25-jährigen Jubiläums mit einem Tag der offenen Vereinshalle. Das besonderes Highlight: Zum VELTINS Obus gesellte sich der extra aus England angereiste Obus Nummer 1!

www.veltins.de [#obusmuseum](https://www.instagram.com/obusmuseum)

Reges Treiben vor der Schranke zum Betriebshof Weidestraße und großer Andrang am Fahrkartenschalter – die vielen interessierten Gäste konnten es kaum erwarten, den Museumsgeburtstag zu feiern. Kein Wunder, denn es gibt kaum ein Erlebnis, das so sehr die Faszination der Vergangenheit spürbar macht wie eine Fahrt im historischen Obus. Der Bus mit Oberleitung als Ersatz zur spurgeführten Straßenbahn hatte in den Fünfzigerjahren in Solingen die E-Mobilität vorweggenommen. Wenn der altehrwürdige Bus nahezu lautlos über die Straßen von Solingen gleitet, spürt man sofort den besonderen Charme dieser einzigartigen Verkehrsmittel. Genau dieses unverwechselbare Erlebnis macht das Obus-Museum So-



Der Bus mit Oberleitung als Ersatz zur spurgeführten Straßenbahn hatte in den Fünfzigerjahren in Solingen die E-Mobilität vorweggenommen.

Reges Treiben auf dem Betriebshof Weidestraße zum 25-jährigen Jubiläum des Obus-Museum Solingen.

lingen so besonders! Die angebotenen Rundfahrten waren ein echtes Highlight für die Besucher. Besonders gefragt war die Oldtimer-Linie nach Burg, auf der der eigens aus England angereiste Obus Nummer 1 unterwegs war – alle vier Fahrten waren restlos ausgebucht.

EIN GANZ BESONDERER GAST AUS ENGLAND

Der Obus aus dem Baujahr 1952 war der erste in Solingen laufende Obus mit der Nummer 1 der Verkehrsbetriebe, ein Henschel Uerdingen. Rund 200 Exemplare wurden nur davon gebaut, erklärt Dietmar Hartkopf, der Koordinator des Museumsvereins. Jonathan Ward, der stolze Besitzer dieses besonderen Fahrzeugs, brachte den Oldtimer zurück in



seine Heimatstadt. Mit viel Hingabe und Liebe zum Detail wird dieser Obus von Jonathan Ward und seinem Freund David Pearson gepflegt, um die Geschichte lebendig zu halten.

Beliebtes Wahrzeichen: Die Lokalzeitungen berichteten ausführlich über das Jubiläum.

Doch nicht nur der Obus Nummer 1 zog die Besucher in seinen Bann. Auch die Linie mit dem Obus 59 aus dem Jahr 1959 zog viele Obus-Fans an. Sie ließen sich die Gelegenheit nicht entgehen, eine Reise zu sechs verschiedenen Endstationen des Solinger Liniennetzes zu unternehmen. Ebenfalls zu bestaunen war der 1959er-Obus mit der ehemaligen Werbung des Trommlers zur traditionellen VELTINS-Kampagne „Wir führen Gutes im Schilde!“. Insgesamt wurden über 500 Tickets verkauft und das Museum konnte sich über eine beeindruckend hohe Besucherzahl freuen. Den ganzen Tag über gab es zudem viel zu entdecken: Neben den Fahrten boten Souvenir-Stände befreundeter Vereine aus Essen und Dortmund sowie die Bergischen Museumsbahnen aus Wuppertal-Kohlfruh zusätzliche Attraktionen, die das Jubiläumsfest perfekt abrundeten.●

Im Obus-Museum Solingen ziehen die historischen Verkehrsmittel die Blicke auf sich, kleine Details lassen die Besucher schmunzeln.



DIE 100 VELTINS SPECIAL

Seit 100 Ausgaben berichtet VELTINS Special über Marke und Unternehmen. Die Hauszeitschrift der Brauerei C. & A. VELTINS wurde in einem Vierteljahrhundert zum verlässlichen Markenbotschafter – Branchenwissen & Markenkompetenz inklusive.

www.veltins.de

#special

Längst sind Periodika mit Brauereisender in der deutschen Branchenlandschaft zur Rarität geworden. Warum? Zuviel veränderte sich im zurückliegenden Jahrzehnt. Als die internationale Marktkonzentration zu Jahrtausendbeginn die einst stolze Monomarkenbrauereien mir nichts, dir nichts ihrer Individualität beraubte, war es vielerorts vorbei mit Transparenz. Konzerne möchten schlichtweg Rendite schöpfen, hüllen sich aber über ihr eigenes Tun gern in Schweigen. Kontinuität? Fehlange! Oft engagiert gemachte und regelmäßige Publikationen einzelner Marken gehörten damals von einem Tag zum anderen der Vergangenheit an.

Anders die Brauerei C. & A. VELTINS. Hier legt man seit jeher großen Wert darauf, Kunden in Gastronomie und Handel ins Marktengagement aktiv und aktuell einzubinden. Und das bedeutet kontinuierliche Informationen – dank VELTINS Special, das mit dieser Ausgabe zum 100. Mal erscheint. Die runde Zahl ist allemal einen Rückblick wert.

Als Themenmagazin gestartet

VELTINS Special beginnt 1998 zunächst als Themenmagazin, wird im Herbst 1999 komplett überarbeitet und ist seither als Markenmagazin ein Mittler auf Augenhöhe. Trends werden aufgegriffen, unmittelbarer Nutzwert kann dem Leser

weiterhelfen. Die Redaktion ist ganz nahe dran, inmitten der Branche und ihren Befindlichkeiten. Genauso soll es sein. Natürlich hilft jedes Quartalsmagazin, das Themenfeld rund ums erfolgreiche Markenportfolio in Handel und Gastronomie transparenter zu machen. Damit gelingt es, eine wirkliche Hilfestellung zu geben, Anregungen mitzuliefern und dem Gastronomen Gesprächsstoff rund um die Marken VELTINS, Grevensteiner, Pülken und V+ zu liefern. Der Gast möchte am Tresen eben mehr wissen und freut sich über inhaltvolle Antworten. Wer erinnert sich noch heute an den Jahrtausendwechsel, als ganz Deutschland zitterte, ob die Großrech-





→ ner dieser Welt den Zeitsprung schaffen? VELTINS Special informierte damals, nahm viele Sorgen und behielt damit Recht. Als 2003 „Basel II“ in aller Munde war und sich viele Gastronomen unvermittelt kritischen Bankengesprächen gegenübersehen, erläuterte das Magazin ausführlich die betriebswirtschaftlichen Hintergründe, vermittelte Verständnis und gab Tipps, wie jeder Gastronom präventiv agieren kann. Und so ging es weiter. VELTINS Special geht gestern wie heute auf Tuchfühlung, eben Aktualität am Puls der Zeit. Wenn ein solches Business-to-Business-Medium wie VELTINS Special langfristig funktionieren will,

VELTINS Special geht gestern wie heute auf Tuchfühlung, eben Aktualität am Puls der Zeit.

muss es aber auch Position beziehen. Nicht inflationär, aber zum richtigen Zeitpunkt und aus berufenem Munde. Ein Magazin wird seinem Genre erst gerecht, wenn es versteht, Dramaturgie zu schaffen. Themen, Layout und zugehörige Bildsprache müssen einen Spannungsbogen bilden – der rote Faden sozusagen, den die Leser von Ausgabe zu Ausgabe spüren. Informationen weitertragen, Abwechslung schaffen und einfach Spaß am Lesen bereiten – dem VELTINS Special ist das über ein Jahrzehnt lang gelungen. Freuen wir uns schon mal auf die nächsten Ausgaben. •

VELTINS
CARTOON



GUTES IM SCHILDE



CARL VELTINS



ANTON VELTINS



**NATURTRÜBES
LANDBIER**
• mild und süffig

