

VELTINS

SPECIAL

DAS MARKENMAGAZIN



FRISCH VOM FASS

Kraftvoll an der Seite
der Gastronomie



VELTINS HELLES LAGER

Neue Aktivitäten stärken Markenprofil

Seite 18

JAHRESAKTION

VELTINS ist goldwert

Seite 22



FRISCHE KOMMT SELTEN ALLEIN.

Leidenschaft ist, was uns verbindet.
Frisches **VELTINS**.



EDITORIAL



LIEBE LESERINNEN & LESER

Mit dem besten Ausstoß in der Unternehmensgeschichte ist im 200-jährigen Jubiläumsjahr ein wichtiges Signal in den Markt gesendet: Die Brauerei C. & A. VELTINS vertraut auf den deutschen Biermarkt und sieht trotz eines schwierigen Marktumfelds weiterhin Wachstumspotenzial! Damit ist es im zurückliegenden Geschäftsjahr gelungen, die Marktbedeutung unseres breit aufgestellten Produktportfolios weiter auszubauen.

Auch 2025 werden die Produkte unseres Hauses Absatzkraft beweisen und den emotionalen Mehrwert der Markenwelten

von VELTINS, Pülleken, Grevensteiner und V+ glaubwürdig und überzeugend näherbringen. Dabei sind die Herausforderungen so groß wie selten zuvor. Das eingetrübte Konsumklima bedarf endlich einer Belebung, die die Menschen aufmuntert, um in der Gastronomie das Leben von seiner schönen und genussvollen Seite zu nehmen. Blicken wir allen Unwägbarkeiten zum Trotz mit Zuversicht nach vorn, dafür sprechen die vielfältigen Chancen, die uns der Markt bietet.

Das VELTINS Special wirft einen umfassenden Blick auf das Jahresprogramm und gibt einen spannenden 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° 101 – 01/2025

06

Nachrichten

Neues aus der Brauerei

08

Frisches VELTINS vom Fass

Investitionen in die Gastronomie



12

Personelle Kontinuität

Dr. Volker Kuhl wird Sprecher der Geschäftsführung

18

HELLES LAGER

Newcomer mit attraktiven Maßnahmen zur Stärkung des Markenprofils



20

Frisches VELTINS verlängert Partnerschaft mit Uber Arena

14

**Jahresbilanz:
VELTINS setzt Wachstum fort****Sie möchten mehr
zum Thema erfahren?**

Auf dieser Website finden Sie weitere Infos und vielfältige Fankaktionen:

veltins.de/veltins-erleben


Das offene Wort
**Frage aller Fragen:
Quo vadis Deutschland?**

Dr. Volker Kuhl
S. 17



22

VELTINS Megachance

Goldene Aussichten für 2025

24

Helles Pülleken

Sympathische Marken-kommunikation findet viele Anlässe



26

V+ im Sommer

Produktneuheit V+ Wild Berry & die Festival-Saison 2025



S. 28

Gastronomie im Porträt
Maritimes Borkum lädt zum kulinarischen Genuss



36

Gastronomie am Mittelrhein
Verweilen, erleben, genießen

S. 34

Grevensteiner

Genussvolle Momente mitten aus dem Leben



44

Hopfenkönigin
Eva-Maria Pichelmeyer
im Porträt



46

Brauerei im Modell

Meisterwerk in 1:87

47

VELTINS Cartoon

41

Web 2.0

Die Marke in den Medien

42

Handel

Attraktive Vkf-Aktionen fördern Impulskäufe

IMPRESSUM

Brauerei C. & A. VELTINS GmbH & Co. KG, An der Streue, 59872 Meschede-Grevenstein
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Ulrich Biene (Ltg.), Kerstin Raschke, Stephanie Nolte,
Lena Klute, Julia Schuchardt, Stefan Wiesmann. Telefon 02934/959-327, Telefax 02934/959-486

Fotos: VELTINS, Björn Sassen, Boris Golz, Burn Agency/Tobias Theill, Chrissi DI, Walter Göckele, Christoph Meinschäfer, Pia Mertens, Profil Fotostudio, Matthias Schruppf, STAGEVIEW – Pedro Becerra, Ingo Heyer, Buddies & Bikes e.V., Zimpfer Photography, Frey Pressebild, Gilles Rheinschiffahrt, instagram/veltins

Gestaltung: 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.



Die Brauerei C. & A. VELTINS präsentierte sich auf der Fachmesse in Rimini.

VELTINS BEGEISTERT IN RIMINI

In Italien fand die internationale Fachmesse Beer and Food Attraction statt, die einmal im Jahr die gesamte Beveragebranche in Rimini zusammenbringt.



Gelungener Austausch: In Rimini wurden viele fachkundige Gespräche geführt.

Sie gilt als Treffpunkt für nationale und internationale Anbieter aus den Bereichen Bier, Getränke, Lebensmittel und Trends für den Out-of-Home-Bereich. Als Aussteller mit dabei war zum dritten Mal die Brauerei C. & A. VELTINS.

VERBRAUCHERTRENDS IM FOKUS

„Die Messe eignet sich hervorragend, um sich über neue Verbrauchertrends

und aktuelle Veränderungen zu informieren sowie Kontakte zu pflegen und auszubauen“, berichtet Exportdirektor Daniel Massimo Novacek.

„Wir haben sie ebenso genutzt, um alle unsere italienischen Verleger persönlich zu begrüßen und uns über die aktuelle Marktsituation auszutauschen.“ Das Messteam der Brauerei C. & A. VELTINS

hat ganze Arbeit geleistet und mit viel Engagement sowie Liebe zum Detail einen Messeauftritt geschaffen, der die Markenidentität eindrucksvoll widerspiegelt und zahlreiche Besucher anzog.

VELTINS SETZT AUF WINDKRAFT UND PHOTOVOLTAIK

Die Brauerei C. & A. VELTINS treibt ihre nachhaltige Energieversorgung weiter voran.

Die neue PV-Anlage ist so konzipiert, dass sie eine Leistung von 324 kW Peak (kWp) erzielen kann. Die erwartete Gesamtleistung dieser ersten Anlage beläuft sich auf rund 283.000 kWh pro Jahr. „Weitere Anlagen werden in den nächsten Jahren folgen, um den erklärten Weg der Brauerei C. & A. VELTINS hin zur vorzugsweisen Nutzung regenerativer Energien konsequent voranzutreiben“, so Technik-Geschäftsführer Peter Peschmann. Der Umstieg auf erneuerbare Energien ist nicht nur eine Investition in die Zukunft, sondern auch ein Zeichen für soziale Verantwortung und Umweltschutz. Die Standort- und Arbeitsplatzsicherheit stehen dabei im Mittelpunkt, um eine nachhaltige und zukunftsorientierte



Die neue Photovoltaikanlage auf dem Dach der Sortieranlage ist in Betrieb genommen und leistet einen ersten Beitrag für die nachhaltige Energieerzeugung der Brauerei.

Arbeitsumgebung zu schaffen. „Wir wollen langfristig zu 100% auf alternative Energien umsteigen“, so Peschmann. „Dies erfordert nicht nur technologische Investitionen, sondern auch eine strategische Planung, um sicherzustellen, dass der Übergang reibungslos erfolgt und unsere Energieversorgung nachhaltig gesichert ist.“ Tatsächlich wissen

die zuständigen Mitarbeitenden auf die Kilowattstunde genau, wann und wo der Energiebedarf ansteht. Die Integration von Photovoltaik und Windenergie als zentrale Elemente einer zukünftigen Energieversorgung unterstreicht die Investitionen in nachhaltige und funktionierende Technologien und ein sinnvolles Zukunftssicherungskonzept.



Die SG Serkenrode/Fretter (l.) trat in der VELTINS-Arena gegen die SG Bödefeld/Henne-Rartal an.



SCHALKE 04, VELTINS UND ECHE FAN-MOMENTE

Bereits seit über 25 Jahren ist die Brauerei C. & A. VELTINS Sponsor des FC Schalke 04. Im Rahmen dieser langjährigen Partnerschaft sind während der gesamten Saison zahlreiche Fan-Aktionen auf und mit Schalke geplant, die der Privatbrauerei besonders am Herzen liegen. Ein echtes Highlight für Fußballfans findet einmal im Jahr statt: Amateurvereine erhalten die einmalige

Chance, eines ihrer Pflichtspiele in der VELTINS-Arena auszutragen. So durfte Ende letzten Jahres die SG Serkenrode/Fretter aus dem Sauerland diesen Traum erleben – inklusive Anreise im Schalker Mannschaftsbus, Vorbereitung in der Profi-Kabine, einem Spiel auf dem legendären Rasen, Live-Übertragung, Pressekonferenz und einer unvergesslichen After-Match-Party. Ein Erlebnis, das in Erinnerung bleibt.

Kürzlich fand eine weitere gefragte Aktion statt: Nach dem erfolgreichen Auftakt 2024 wurde das 2. VELTINS-Schockturnier in der VELTINS-Arena ausgetragen. 60 begeisterte Teilnehmer stimmten sich beim gemeinsamen Public-Viewing ein, bevor sie in geselliger Runde ihrer Schock-Leidenschaft in einzigartiger Atmosphäre nachgehen konnten. Ende März hatten zudem zwölf glückliche Gewinner die Chance, Schalkes Stürmer-Legende Youri Mulder bei einem Meet & Greet zu treffen und spannende Einblicke in seine erfolgreiche Zeit beim FC Schalke 04 zu erhalten.

NEUE FRUCHTIGE ERFRISCHUNGEN FÜR DEN SOMMER

Pünktlich zur warmen Jahreszeit bringt VELTINS zwei neue, limitierte Fassbrause-Sorten auf den Markt: Pink Grapefruit und Blutorange. Beide Sorten setzen auf fruchtig-herbe Zitrusnoten und bieten eine spritzige Erfrischung für den Sommer. Die Fassbrause Pink Grapefruit über-



Erfrischend & feinherb: die limitierte VELTINS Fassbrause Pink Grapefruit.



zeugt mit einer leuchtenden pinkrosé-Farbe und ihrem feinherben, erfrischenden Geschmack. Blutorange besticht durch ein kräftiges Rot-Orange und ein ausgewogenes Zusammenspiel von süßen und herben Zitrusnoten. Die beiden neuen 0,0%-Sorten sind seit April im Handel erhältlich – in der Drittelliter-Klarglasflasche im Sixpack sowie in der 0,5-l-Dose.

FIT UND VITAL IN DEN FRÜHLING

Die Brauerei C. & A. VELTINS setzt mit VELTINS Vital auf ein aktives Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM). Der Jahresauftakt bot zahlreiche Angebote: Ein kostenloser Vitamin-D-Test für alle Mitarbeitenden

VELTINS vital
GESUND FÜR DICH!
Betriebliches Gesundheitsmanagement der Brauerei C. & A. VELTINS

war schnell vergriffen. Sportbegeisterte freuten sich über Ermäßigungen in der nahegelegenen Tennishalle und Gutscheine für eine Stunde Padel-Tennis. Neu eingeführt wurde die VITAL-Zeit – ein wöchentliches Format mit wechselnden Gesundheitsthemen. „Besonders freuen wir uns über die Verlängerung der Kooperation mit der Techniker Krankenkasse bis Ende 2026“, berichtet Sophia Göddeke vom BGM-Team. „Sie sichert uns weiterhin wertvolle Unterstützung bei zukünftigen Gesundheitsaktionen.“

FRISCHES VELTINS VOM FASS

Expertise, Tradition und Investitionen
sind eine solide Basis für Erfolg

Brauerei C. & A. VELTINS

GASTRONOMIE KOMPETENZ

→ **13.000**
Gastronomie-Objekte

→ **456.200**
hl Fassbier-Ausstoß

Frisches VELTINS vom Fass ist für den Gastronomen immer eine gute Wahl! Die Premium-Marke besitzt eine hohe Reputation – bei Gastwirten und Gästen gleichermaßen – und das seit 200 Jahren.

www.veltins.de

#veltins



Der VELTINS-Fassbier-Ausstoß liegt mit 456.000 hl deutlich über dem Branchendurchschnitt.

Die Brauerei C. & A. VELTINS hat ihre Wurzeln in der Gastronomie und ist mit ihr zusammen groß geworden. Bei der Wahl ihrer Partner hat sie die Messlatte schon immer hoch angesetzt und damit zum wechselseitigen Vorteil sukzessive ihre Markenstärke aufgebaut.

Allein 2024 wurde in rund 13.000 Objekten täglich frisches VELTINS vom Fass ausgeschenkt – 456.200 Hektoliter des Gesamtausstoßes fanden im vergangenen Jahr in Fässern den Weg in die Gastronomie. Das ist deutlich mehr als der Branchendurchschnitt, was einmal mehr die Premium-Positionierung unterstreicht.

Insbesondere die Stamm-Marke VELTINS Pilsener ist in der Gastronomie gewachsen – mit Expertise und aus Tradition. Zum Bier gehört immer auch Geschichte und die kann die Marke VELTINS erzählen. Seit 1926 wurde für viele Jahrzehnte ausschließlich Pilsener gebraut. Immerhin wurde von der Hochschule für Brauereitechnologie in Berlin bescheinigt, dass das Wasser aus dem Naturpark Homert

» Gastronomische Betriebe haben es verdient, eine solide und bei Marken akzeptierte Biermarke führen zu können. «

Jens Derksen,
Vertriebsdirektor
nationale Gastronomie
Brauerei C. & A. VELTINS

rund um Grevenstein besonders weich ist und sich eben für das Brauen nach Pilsener Brauart besonders eignet. Aus diesem Grund entschloss sich Carl Veltins, als einer der ersten deutschen Brauer, künftig ausschließlich VELTINS Pilsener zu brauen. Hierbei war die Grevensteiner Brauerei vor allem darauf bedacht, beste Bierqualität zu liefern und vorzugsweise Lokale zu beliefern, bei denen er sich des

besonders gepflegten Ausschanks sicher sein konnte. Carl Veltins hatte da seine Marktprinzipien. Er war es, der aufgrund des Gesamteindrucks des Gastronomiebetriebs darüber entschied, ob er die Gaststätte beliefern möchte, um sie als gutes Aushängeschild für sein Bier dauerhaft zu gewinnen. Sein Verdienst war es, in den Fünfziger- und frühen Sechzigerjahren die Brauerei für das Wachstum im Wirtschaftswunder vorzubereiten – und es sollte ihm und den Generationen nach ihm gelingen.

„Gastronomische Betriebe haben es verdient, eine solide und bei Marken akzeptierte Biermarke führen zu können. Wir unterstützen dieses Ansinnen durch wirkungsvolle Investitionen“, so Jens Derksen, Vertriebsdirektor für die nationale Gastronomie bei der Brauerei C. & A. VELTINS. Damit der Gast bekommt, was er erwartet, nämlich ein perfekt gezapftes Pils, unternimmt der Außendienst der Brauerei C. & A. VELTINS große Anstrengungen. Alles aus verständlichen Gründen. Hinzu kommt, dass die Anforderungen seitens der Gastronomie an den Brauereipartner heute noch weitreichender



» **Schwarzmalerei hilft nicht, sondern es geht darum, konzeptionelle Chancen in der Aufbruchphase des gastronomischen Marktes zu ergreifen. «**

Jens Derksen,
Vertriebsdirektor
nationale Gastronomie
Brauerei C. & A. VELTINS



→ sind und mehr denn je die zentralen Erfolgsfaktoren in den richtigen Fokus rücken. Das richtige Objekt, das stimmige Konzept und im Zentrum der engagierte Gastronom – all das sind die Garanten, damit ein Betrieb auf Dauer bestehen kann.

„Der Wettbewerbsdruck bei den Gastronomen ist enorm und die Herausforderungen steigen Jahr für Jahr. Das überträgt sich selbstverständlich auch auf den Brauereipartner“, weiß Jens Derksen. So machen die Nachrichten des Deutscher Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga) hellhörig, sind aber noch lange kein Grund für Marktpessimismus: Schwindende Erträge in vielen Gastronomieobjekten, dazu der bekannte Personalmangel, der zu reduzierten Öffnungszeiten führt – all das bereitet einer traditionsreichen Branche Kopfzerbrechen. Sie befindet sich inmitten eines strukturellen Umbruchs. Jens Derksen: „Schwarzmalerei hilft nicht, sondern es geht darum, konzeptionelle Chancen in der Aufbruchphase des gastronomischen Marktes zu ergreifen.“ Die Brauerei C. & A. VELTINS helfe dabei, die richtigen Packenden zu einem tragfähigen Zugseil zusammenzubinden. Es bleibt dabei: Dort, wo Gastronomie den Nerv der Zeit und damit auf die richtige Zielgruppe trifft, können immer noch volle Lokale und auskömm-

liche Erträge geschrieben werden. Jens Derksen weiter: „Unsere Außendienstorganisation hat die durchaus perspektivenreiche Chance, den strukturellen Umbruch in der traditionellen Gastronomie hin zu einem modernen, trendgerechten und breiten Angebot mitzugestalten – der Gastronom kann diese Kompetenz für sich nutzbar machen. Es bedarf von Seiten der Brauerei der richtigen Beratung und des passenden Getränkesortiments. Wir liefern die passenden Antworten zu den Getränkewünschen des Gastes.“ Gemeinsam mit dem Gastronomen müssen die richtigen, funktionsfähigen Konzepte identifiziert werden. Dabei ist ein breites Spektrum von Gastronomietypen – von der Szene- bis zur gehobenen Speisegastronomie ein wichtiger Punkt.

Aus Sicht der Brauerei C. & A. VELTINS kann sich die Gastronomie heute mehr denn je vom Daheimkonsum der Menschen abgrenzen. Dazu tragen viele Facetten bei, die eine Alleinstellung der unterschiedlichen Betriebstypen erreichen. „Mit dem Besuch in einer gut geführten Gastronomie erreichen die Menschen eine Genusswelt, die insbesondere durch gastronomiekompetente Biermarken unterstrichen wird. Es geht eben nicht um das Alltägliche, sondern um das Besondere, was sich nur in der Gastronomie erleben lässt. Dazu zählt auch ein frisch gezapftes und ebenso zelebriertes Pils, weil dies eine Genusskomponente bedeutet, die die Gäste allerorts zu schätzen wissen“, sagt der VELTINS-Vertriebsdirektor Gastronomie.

DAS NEUE

VELTINS GASTROPORTAL
DIGITAL, EINFACH, NAH

Die Gastronomie kämpft seit Jahren mit diversen Herausforderungen: Der Fachkräftemangel, die gestiegenen Energiepreise und hohen Gewerbemieten sind nur einige davon. Als Bierpartner der Gastronomen möchte die Brauerei C. & A. VELTINS diese bestmöglich unterstützen, dort wo sie kann, Lösungen liefern und damit einen Beitrag im herausfordernden gastronomischen Alltag leisten. Dafür wurde mit einer interdisziplinären Projektgruppe aus dem Gastronomie-Innen- und Außendienst sowie dem Marketing ein neues Tool für die Gastronomie entwickelt: das VELTINS Gastroportal! Hier finden Gastronomen Tools mit Mehrwert für ihren Arbeitsalltag, wie z.B. Informationen zu digitalen Bestell-, Reservierungs- oder Kassensystemen. Der Bierpreisrechner hilft ganz konkret bei der Planung und Prognose von Kosten und Erträgen. Zur Unterstützung bei der Personalgewinnung gibt es digitale Vorlagen für individuell gestaltete Stellenanzeigen und den professionellen Social-Media-Auftritt. Zu technischeren Themen wie dem Auf- und Abbau von Ausschankwagen gibt es praktische Tutorial-Videos und hilfreiche Tipps zur richtigen Handhabung der VELTINS-Schanktechnik.



Lassen Sie sich jetzt registrieren:
veltins-gastroportal.de



Frisch gezapft ist VELTINS Pilsener immer eine gute Wahl – so macht der Biergenuss Spaß.



» **Wir empfehlen uns mit unserem Produktportfolio als interessanter Partner für die Gastronomie, ganz gleich welche Zielgruppe der Gastronom ansprechen möchte. «**

Jens Derksen,
Vertriebsdirektor
nationale Gastronomie
Brauerei C. & A. VELTINS

Und so hat die Brauerei C. & A. VELTINS längst erkannt, dass auch die Menschen in der Gastronomie probierfreudiger geworden sind und gern mal eine Alternative zum angestammten Pils verzehren möchten. Nicht zuletzt deswegen bietet die Grevensteiner Privatbrauerei inzwischen nicht mehr nur noch frisches VELTINS Pilsener vom Fass an. Im Spezialitätensegment hat die Brauerei mit Grevensteiner Original eine passende Antwort gegeben auf den Wunsch nach Bodenständigkeit und handwerklicher Braukunst. Das Landbier schimmert bernsteinfarben aus dem Seidel und ist vollmundig und zugleich süffig im Geschmack. Die Typik dieser vollmundigen Bierspezialität kann der Gast schon beim ersten Antrunk auf der Zunge spüren – ein besonderes Geschmackserlebnis, malzig-süß, aber zugleich sehr spritzig und elegant.

Neuester Fassbier-Zuwachs bei der Brauerei C. & A. VELTINS ist das helle Pülle-

ken vom Fass, das auf vielfachen Wunsch frisch gezapft in der Gastronomie serviert wird. Das sei, so Jens Derksen, ein sympathischer Impuls für das Thekengeschäft – bei Gastronomen und Gast gleichermaßen. „Die Menschen greifen nicht nur zunehmend auch außerhalb Bayern und Baden-Württembergs gern mal zu einem Hellbier. Bei unserem hellen Pülleken spielt aber nicht nur der Geschmack eine große Rolle für den Erfolg. Es ist auch die Begeisterung für das Produkt und die Marke an sich“, so Jens Derksen.

Die Brauerei C. & A. VELTINS ist aber nicht nur mit Fassbier an der Seite der Gastronomen, sondern bietet das gesamte Produktportfolio selbstverständlich auch für die Gastronomie an. Da ist natürlich das Alkoholfrei-Duo mit VELTINS Pilsener Alkoholfrei 0,0% und VELTINS Radler Alkoholfrei 0,0%, aber auch die VELTINS Fassbrause-Ränge, die als fruchtiges Erfrischungsgetränk →

Dr. Volker Kuhl wird Sprecher der Geschäftsführung

*Führungswechsel an der Spitze der Brauerei C. & A. VELTINS:
Dr. Volker Kuhl hat zu Jahresbeginn 2025 als Sprecher der
Geschäftsführung die alleinige Führung der Sauerländer
Familienbrauerei in Meschede-Grevenstein übernommen und
löst damit den bisherigen Generalbevollmächtigten Michael
Huber ab.*



Dr. Volker Kuhl
Sprecher der Geschäftsführung



Rainer Emig
Geschäftsführer Vertrieb

Dr. Volker Kuhl war 1995 zur Brauerei C. & A. VELTINS gekommen und dann im Folgejahr in die Geschäftsführung berufen worden. Seitdem führte er den Geschäftsbereich Marketing/Vertrieb. „Wir leben in der spannendsten Traditionsbranche der deutschen Wirtschaft, die Motivation genug gibt, um den Markterfolg in die Zukunft zu tragen“, so Dr. Volker Kuhl. In den zurückliegenden 29 Jahren der gemeinsamen Zusammenarbeit von Michael Huber und Dr. Volker Kuhl stieg der Ausstoß um 48 Prozent, der Umsatz kletterte auf 459 Mio. Euro und legte damit bis 2024 um 147 Prozent zu. Die VELTINS-Belegschaft wuchs in den letzten 29 Jahren um 80% auf 737 Mitarbeiter.

Gleichzeitig erhält die Geschäftsführung personelle Verstärkung: **Rainer Emig**, bislang Vertriebsdirektor und verantwortlich für die nationalen Handelsaktivitäten

und den Export, wird als Geschäftsführer Vertrieb in die Führung der Sauerländer Familienbrauerei in Meschede-Grevenstein berufen. Emig, der über eine jahrzehntelange Expertise im Vertrieb verfügt, kam 2005 von der Bitburger Brauerei zur Brauerei C. & A. VELTINS und begleitete in den zurückliegenden 20 Jahren den erfolgreichen Weg des Unternehmens. „Wir freuen uns, mit Rainer Emig einen



Reinhard Berkemeier
Vertriebsdirektor Handel national

ausgewiesenen Branchenkenner in der Geschäftsführung zu wissen und mit ihm unsere fachlich bewährte Kontinuität in Handel und Gastronomie fortzuschreiben“, so Dr. Volker Kuhl, Sprecher der Geschäftsführung.

In der Nachfolge von Rainer Emig rückt **Reinhard Berkemeier** zum nationalen Vertriebsdirektor Handel auf. Berkemeier kam als Vertriebsleiter von Bremke & Hörster zu VELTINS, betreute anfangs als Verkaufsleiter den Handel und ist bereits seit 2009 als Account Group Manager tätig. „Reinhard Berkemeier weiß aus seiner langjährigen Erfahrung um die Mehrdimensionalität des Handels und setzt im operativen Geschäft auf eine engagierte,

» Wir leben in der spannendsten Traditionsbranche der deutschen Wirtschaft, die Motivation genug gibt, um den Markterfolg in die Zukunft zu tragen.«

Dr. Volker Kuhl,
Sprecher der Geschäftsführung
Brauerei C. & A. VELTINS

qualitätsvolle Kundenbetreuung“, so der neue Vertriebsgeschäftsführer Rainer Emig über seinen Nachfolger. An bewährter Position bleibt Vertriebsdirektor **Jens Derksen**, der unverändert die nationale Gastronomie verantwortet und ebenso wie Reinhard Berkemeier an Rainer Emig berichtet. •



Jens Derksen
Vertriebsdirektor Gastronomie national



für geschmackliche Impulse auf der Getränkekarte in der Gastronomie sorgt und eine tolle Alternative zu klassischen Säften und Softdrinks darstellt. Insbesondere in der Szene- und Nachtgastronomie darf aber auch der Biermix VELTINS V+ mit seinen innovativen Geschmacksrichtungen nicht fehlen. Als neuestes Produkt überzeugt VELTINS Helles Lager. Das milde und süffige neue Lagerbier in der handlichen grünen Flasche sieht nicht nur gut aus, es schmeckt auch sehr gut. Das untergärige, filtrierte Vollbier, das nach deutschem Reinheitsgebot ausschließlich aus Wasser, Malz, Hefe und erntefrisch verarbeitetem Hopfen gebraut wird, verzichtet anders als viele internationale Lagerbiere ganz bewusst und entsprechend der VELTINS-Markenphilosophie auf Hopfenextrakt. Jens Derksen: „Wir empfehlen uns mit unserem Produktportfolio als interessanter Partner für die Gastronomie, ganz gleich welche Zielgruppe der Gastronom ansprechen möchte.“



Das helle Pilschen liefert als Fassbier neue Thekenimpulse.

Es ist überdies nicht nur das Produktportfolio, das die Brauerei C. & A. VELTINS zu einem guten Bierpartner für die Gastronomie macht. Angesichts des täglichen Dialogs mit der Gastronomie und dem Getränkefachgroßhandel verfügen die VELTINS-Mitarbeiter über veritable Kenntnisse der Branche und eine professionelle Vernetzung mit zahlreichen Experten. Jens Derksen: „Das bedeutet, dass wir unsere vertriebliche Tätigkeit in vielerlei Hinsicht als Consulting-Leistung verstehen und in das Gespräch mit dem Gastronomen einbringen. Wir halten unverändert am persönlichen Dialog und Beratungskontakt mit der Gastronomie fest.“ Auf diese Weise kann – und dafür steht die Brauerei C. & A. VELTINS seit Jahrzehnten – ein partnerschaftliches Miteinander aufgebaut und auf Dauer ausgestaltet werden. Daher versteht es sich von selbst, dass der Dialog inzwischen deutlich inhaltstiefer und damit für den Gastronomen wertvoller geworden ist. „Wir spüren im täglichen Miteinander, dass diese Marktkompetenz mit großem Wohlwollen zur Kenntnis genommen wird.“ •

3 FRAGEN AN

**Jens Derksen
im Interview**

Vertriebsdirektor Gastronomie

VELTINS hält am Fassbiergeschäft in der Gastronomie fest, macht sich weiterhin dafür stark und setzt sich dafür ein. Welche Rolle spielt VELTINS in der Gastronomie?

„Wir führen Gutes im Schilde! Das Motto dieser Werbung aus den 1970er-Jahren gilt auch heute noch. VELTINS ist in der Gastronomie eine angesehene Premium-Marke. Das ist an der hohen Anzahl der Gastronomiepartner und der Vielzahl an langjährigen treuen Kunden erkennbar. Besonders die vielen erfolgreichen Markteinführungen wie V+, Grevensteiner, Pilschen, Fassbrause und zuletzt Helles Lager sprechen sich in der Gastronomie sehr schnell rum und zeigen fachliche Expertise. Mit unseren Kooperationen mit der Brauerei Maisel's und Karamalz können wir den Gastronomen ein tolles Komplettangebot aus einer Hand anbieten.“

Warum lohnt es sich, am Fassbiergeschäft in der Gastronomie festzuhalten?

„Ein gepflegtes, gezapftes Pils lädt zum Verweilen ein und schafft Geselligkeit. Fassbier hat eine große emotionale und kulturelle Bedeutung. Diese möchten wir in die Zukunft tragen. Ein Restaurantbesuch, ein Schützenfest oder ein Besuch im Stadion sind ohne Fassbier einfach nicht denkbar.“

Die Fassbier-Hektoliter konnten sich 2024 erfreulich halten. Wie schaffen Sie es, sich am Markt zu behaupten?

„Besonders wichtig ist es, den Kontakt zu unseren Gastronomen und auch zum GFGH nicht zu verlieren. Unser Vorteil ist, dass wir nur wenig Fluktuation im Außendienst haben. Das schafft Vertrauen und bedeutet Kundennähe. Ein weiterer Vorteil ist unsere Schnelligkeit. Wir haben großes Vertrauen in unseren Außendienst, sodass oft nur ein Anruf notwendig ist, um auch schwierige Fälle zu lösen und Entscheidungen zu treffen. Hierbei stehen wir zu unserem Wort und der Kunde kann sich auf uns verlassen. Leider verliert die Gastronomie an Absatz, daher ist die Neukundenakquise extrem wichtig. Hierbei hilft uns unser erfolgreiches und breites Produktsortiment. Wir haben viele erfolgreiche Marken, die wir bestens als Türöffner nutzen können. Man muss ja nicht immer direkt mit der Hauptmarke gelistet werden.“ •

WACHSTUMSZUWACHS IM GESCHÄFTSJAHR 2024
3,1%

BILANZ

Wachstum setzt sich fort:

JUBILÄUMSJAHR MIT ALLZEITHOCH

Mit einem Allzeithoch haben die Verbraucher das 200. Jubiläumsjahr der Brauerei C. & A. VELTINS belohnt. Trotz des 2024 weiterhin rückläufigen Biermarktes erreichte das Unternehmen einen Wachstumsschub von 3,1% und braute mit 3,36 Mio. hl so viel Bier wie nie zuvor.

www.veltins.de #biermarkt



„Mit attraktiven Marken und einer starken Vertriebskraft in Handel und Gastronomie setzen wir unsere dynamische Entwicklung in der zweiten Jahrzehthälfte fort“, sagte der Sprecher der Geschäftsführung, Dr. Volker Kuhl, bei der Vorstellung der Jahreszahlen.

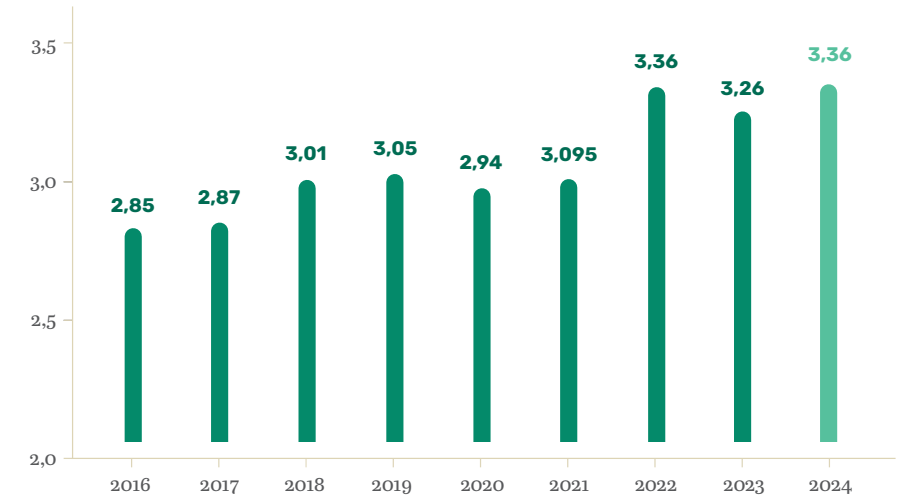
Der Brauereiumsatz lag bei 459 Mio. Euro (+4,1%) und bekräftigte einmal mehr den Strategiefokus auf Wert- und Margenstabilität. „Die gesunkene Konsumlaune hat den Verbrauchern zu schaffen gemacht – die Leidtragenden waren Handel und Gastronomie. Während VELTINS deutlich über Marktniveau wachsen konnte, ist der deutsche Biermarkt mit einem blauen Auge davongekommen“, bewertete Dr. Kuhl den strukturellen Mengenverlust des gesamtdeutschen Biermarktes im letzten Geschäftsjahr 2024 in Höhe von -1,4%.

Die Zugpferde im Geschäftsjahr 2024 waren die Marken VELTINS und helles Pülleken. So konnte das VELTINS-Sortenportfolio um 3,4% auf 2,5 Mio. hl und das helle Pülleken um 20,5% auf 328.800 hl zulegen, während die Marken Grevensteiner 129.200 hl und der Biermix V+ 285.200 zum Ergebnis beisteuerten. Die alkoholfreie Fassbrause-Range holte hingegen um 21,5% auf und erreichte 109.600 hl. Dass die traditionelle Premiummarke VELTINS Pilsener im hart umkämpften Segment des deutschen Biermarktes ihre Position auf dem dritten Rang weiter ausbauen konnte, beweist der Marktanteil von zuletzt 6,6%*. Damit stammt jedes 15. im deutschen Handel verkaufte Pilsener aus einem VELTINS-Sudkessel. Der Erfolg des hellen Pülleken gilt branchenweit schon deshalb als außergewöhnlich, weil

Die Zugpferde im Geschäftsjahr 2024 waren die Marken VELTINS und Helles Pülleken.

Entwicklung VELTINS-Gesamtausstoß

Angaben in Mio. hl



Quelle: Brauerei C. & A. VELTINS

» Der stabile
Markenmix in unserem
Sortenportfolio schafft
eine gute Performance.«

Rainer Emig
Vertriebsgeschäftsführer
Brauerei C. & A. VELTINS

es die einzige Hellbier-Marke mit eigenem Profil und relevantem Mengenwachstum ist. Im nordrhein-westfälischen Biermarkt steht das helle Pülleken inzwischen im Sortenspektrum auf dem ersten Platz und rangiert im harten Wettbewerbsumfeld der ebenfalls national agierenden Marken mit bayerischer Folklore auf dem dritten Platz. Vertriebsgeschäftsführer Rainer Emig: „Der stabile Markenmix in unserem Sortenportfolio schafft eine gute Performance.“





Stabile Zahlen: Die Sauerländer Bierbrauer aus Meschede-Grevenstein setzen weiter auf Kontinuität und Innovationsfreude.

DATEN & FAKTEN

Jahresbilanz 2024

- **3,36**
Mio. hl Ausstoß
- **92,7%**
Mehrweganteil
- **459**
Mio. € Umsatz
- **737**
Mitarbeitende

» Wer allein auf Halten setzt, hat die Zukunft schon aufgegeben. Das ist nicht unsere Strategie. «

Dr. Volker Kuhl
Sprecher der
Geschäftsführung

→ Mit der Einführung von VELTINS Helles Lager rief die Familienbrauerei einen Sortenneuanfang aus und führte im Sommer das mild-süffige Lagerbier mit internationaler Reputation in den Markt ein. Allein im halbjährigen Einführungszeitraum konnte VELTINS Helles Lager in der markant-grünen Markenflasche 29.800 hl einspielen. „Wir brauchen eine neue Aufbruchstimmung im Land, die wieder mehr Lust auf Genuss macht“, sagte Rainer Emig. „Der Biermarkt ist und bleibt ein Seismograf für die Befindlichkeiten der Menschen und mangelnde Konsumfreude ist immer auch ein Zeichen für wirtschaftliches Unwohlsein.“ Die Brauerei C. & A. VELTINS habe mit ihren begehrten Marken eine Antwort darauf gegeben und leiste damit einen Beitrag für mehr

Zuversicht im Alltag. „Wer im Biermarkt der zweiten Jahrzehnhälfte punkten will, muss den Verbraucher mit einem impulsstarken Markenkonzept überraschen und mit dessen Produktattraktivität überzeugen“, so Dr. Volker Kuhl. Der Sprecher der VELTINS-Geschäftsführung ließ keinen Zweifel daran, dass das Traditionsunternehmen auch in Zukunft Wachstumschancen im weiterhin schrumpfenden Biermarkt sieht. Mit Blick auf den Gesamtmarkt werde es die Aufgabe der Brauereien sein, die angestammte Warengruppe in Handel und Gastronomie fortwährend zu attraktivieren und weiterzuentwickeln. Dr. Kuhl: „Wer allein auf Halten setzt, hat die Zukunft schon aufgegeben. Das ist nicht unsere Strategie.“ Die Erwartungshaltung von Handel und Verbrauchern sei

in Richtung der Hersteller größer denn je. Alkoholfreie Biere seien allenfalls ein kleiner Hoffnungsschimmer, denn während die klassischen Sorten seit 2005 immerhin um 11 Mio. hl. Ausstoßvolumen verloren haben, konnten die alkoholfreien Produkte in den zurückliegenden zwei Jahrzehnten gerade mal 3,5 Mio. hl kompensieren. Die Sauerländer Bierbrauer aus Meschede-Grevenstein setzen weiter auf Kontinuität und Innovationsfreude. „Konsumfreude hat auch etwas mit Marken und Mehrwert zu tun“, so Dr. Kuhl. Hier werde die Brauerei C. & A. VELTINS auch in der zweiten Jahrzehnhälfte den Weg kontinuierlicher Marktdurchdringung fortsetzen.

*AC Nielsen 2025 LEH + GAM o. ALN Jan.-Okt. 2024



Erfolgsgeschichte: Das helle Pilleken konnte 2024 um 20,5 % auf 328.800 hl Ausstoß zulegen.

Frage aller Fragen: Quo vadis Deutschland?

*Von Dr. Volker Kuhl,
Sprecher der Geschäftsführung
der Brauerei C. & A. VELTINS*

Quo vadis Deutschland? Die entscheidende Frage wird in den kommenden zwei Jahren sein, wie die Verbraucher mit den Rahmenbedingungen ihrer wirtschaftlichen Situation umgehen. Um die Konsumlaune der Menschen im Land ist es bedauerlicherweise nicht zum Besten bestellt. Die Brauwirtschaft muss alles daransetzen, dass die Produktgattung Bier attraktiv und erschwinglich bleibt und seinem zutiefst demokratischen Anspruch gerecht wird. Wir übernehmen ein Stück dieser Verantwortung, indem wir mit ansprechenden Produkt- und Markenkonzepthen die Warengruppe stärken und für Impulskraft sorgen.

» Unser Haus wird alles dafür tun, dass die Gastronomie attraktiv bleibt. «

Unser Haus wird alles dafür tun, dass die Gastronomie attraktiv bleibt. Dabei können wir die strukturellen Marktveränderungen naturgemäß nicht aufhalten. Aber unsere Finanzkraft geht weiterhin in diesen für VELTINS angestammten traditionsreichen Markt. Wir können Ihnen gern versprechen, dass wir zur Stelle sind, wenn es um aussichtsreiche gastronomische Konzepte geht, die eine Umsetzung verdient haben.



Leider ist festzustellen, dass in vielen kleineren und mittleren Brauereien aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der schwachen Ertragskraft der letzten zwei Jahrzehnte der Investitionsstau so groß ist, dass es wirtschaftlich vielerorts keine tragfähige Basis mehr geben wird, um Sudhäuser und andere Anlagenbereiche mit neuer Technologie auszurüsten. Tatsächlich muss man sich in vielen Teilen der Republik ernsthaft Sorge darüber machen, wie es mit der kleinteiligen Brauwirtschaft in Zukunft weitergeht. Marktgefüge und Handelsmacht auf der einen Seite sowie Beschaffungskosten

und Investitionstätigkeit auf der anderen Seite schaffen für kleinere Brauereien eine existenzgefährdende Sandwich-Position, aus der ihnen niemand heraushelfen kann. Die jüngste Marktentwicklung – das steht zweifelsfrei fest – wird zu einer weiteren Konsolidierung und damit zur Aufgabe von Braustandorten führen. Nur am Rande sei bemerkt, dass das gerade geschilderte Sandwich-Szenario nicht allein renditeschwache Kleinbrauereien betrifft, sondern in Wirklichkeit auch jene Anbieter in Leidenschaft zieht, die ihr Geschäftsmodell im Niedrigpreissegment betreiben. Das aber ist nicht unser Weg! Sie kennen unser Haus – wir bleiben unserer Strategie der Kontinuität und Verlässlichkeit treu! •

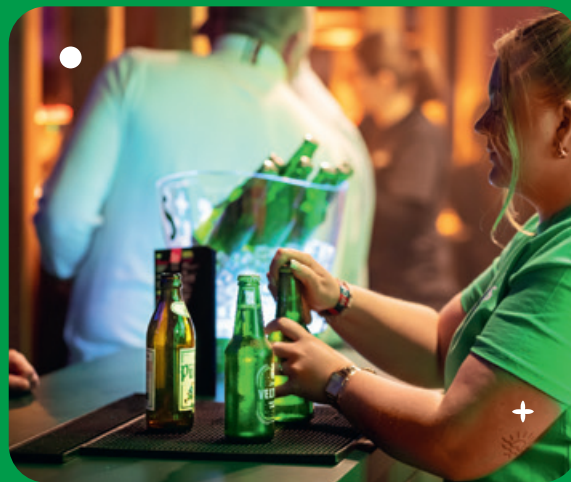


STABILES PROFIL

Die junge Marken-DNA von VELTINS Helles Lager wird weiter geschärft und bekommt durch Maßnahmen in Gastronomie und Handel 2025 ein noch stärkeres Profil.

www.veltins.de

#helleslager



Kraft durch Aktivitäten: Der gastronomische Auftritt von VELTINS Helles Lager erhält durch Werbemittel und Marken-accessoires eine sichtbare Präsenz.

Neben klassischen Plakaten, Tischaufstellern, Flaschenöffnern und Bierdeckeln sollen getreu dem Motto „Auf zu Neuem“ hochwertige Artikel für Hingucker-Wirkung sorgen. Ein erster Impuls macht Durst: Mit einem markentypisch gestalteten Eiseimer kann VELTINS Helles Lager im Thekenbereich in Szene gesetzt werden. Überdies strahlt ein aufwendig gestalteter Kühlschrank schon von weitem die Markenkraft aus und zieht die Aufmerksamkeit auf sich. Hinzu kommt ein hochwertiges Leuchtschild, das insbesondere in der szenigen Gastronomie ein Highlight-Gestaltungselement für das Interieur sein kann. „Die neuen Werbemittel verhelfen VELTINS Helles Lager dabei, die Marken-DNA und das Profil des Markenauftritts weiter zu

» Wir erreichen damit eine große Zielgruppe mit viele Erstkontakten direkt am Point of Sale im Handel. «

Stefan Wiesmann
Marketingdirektor der
Brauerei C. & A. VELTINS

stärken und besonders die junge Biergeneration in der Szene anzusprechen“, so VELTINS-Marketingdirektor Stefan Wiesmann. Das Produkt wird dadurch in der Gastronomie weiter flankiert und bekommt eine hohe Signalwirkung. Zur Erhöhung der Produktkontakte sind für dieses Jahr umfangreiche Sampling-Aktionen im nationalen Handel sowie bei Agenturen und in Studentenstädten geplant. Hinzu kommen Kontakte durch

Probierboxen wie Hello Fresh. Stefan Wiesmann: „Wir erreichen damit eine große Zielgruppe mit viele Erstkontakten direkt am Point of Sale im Handel.“ Das Publikum im Handel entspricht einem sehr breiten Spektrum, was für ein noch junges Produkt ein wirklicher Vorteil ist. Sowohl angestammte Bierverwender, die gern auch mal ein bisschen Abwechslung mögen, werden ebenso erreicht wie die neue Generation, die sich für den modernen und „coolen“ Look begeistern kann. „VELTINS Helles Lager ist genau dieses klare Statement, ein auf den ersten Blick sichtbarer Sortenneuanfang, mit dem wir

zeigen, dass wir die Sorte Lager nicht allein den Importbieren überlassen“, sagt Stefan Wiesmann. Anders als die meisten internationalen Lagerbiere wird VELTINS Helles Lager nach deutschem Reinheitsgebot und ohne Hopfenextrakt gebraut. „Weil sich der Biermarkt im fortwährenden Wandel befindet und dynamische Sortentrends für ein verändertes Konsumverhalten stehen, war es für unser Haus der richtige Zeitpunkt, eine Produktantwort auf die neuen Geschmackswünsche der Verbraucher zu geben. Darum gilt es für 2025, die Kommunikation und Vermarktung weiter voranzutreiben.“ •

HELLES LAGER ZUM START BEI DER 1LIVE KRONE DABEI



Mit einem sehenswerten Theken-Auftritt präsentierte sich die junge Marke VELTINS Helles Lager im Herbst 2024 bei der 1LIVE Krone. Austragungsort war der Loksuppen in Bielefeld. „Das war eine super Location und ein passender Rahmen für den ersten großen gastronomischen Aufschlag für unser Helles Lager“, sagt VELTINS-Marketingdirektor Stefan Wiesmann. Die 1Live Krone gilt als „Deutschlands größter Radio-Award“. Seit 2000 verleiht der Radiosender 1LIVE den begehrten Musikpreis. Sowohl vor der Preisverleihung als auch bei der Aftershow-Party herrschte ausgelassene Stimmung und das Helle Lager kam bei den Gästen gut an. „Der impulsstarke Auftritt mit Promo-Theke hat die Blicke auf sich gezogen.“ •

AUSGEZEICHNET!

VELTINS Helles Lager wurde jetzt von der Getränke Zeitung zur „Neuheit des Jahres 2024“ in der Kategorie Bier und Biermix ausgezeichnet. Im Rahmen der großen Handelsumfrage der Getränke Zeitung wurden insgesamt 3.920 Getränkemarkte prämiert. •



AM PULS DER GROSSEN EVENTS:

PARTNERSCHAFT MIT UBER ARENA

METROPOLE MIT TAKTGEBER-CHARAKTER

Mitten im Szene-Stadtteil Friedrichshain an der East Side Gallery, zwischen Ostbahnhof und Warschauer Straße, lassen sich Millionen von Besuchern von Events in der Uber Arena oder der Uber Eats Music Hall begeistern. Die Brauerei C. & A. VELTINS ist seit langem Partner dieser Event-Arena – jetzt konnte die erfolgreiche Partnerschaft verlängert werden.

www.veltins.de #veltinspartner

Berlin setzt Maßstäbe für Trends, Shows und gastronomische Highlights. Die Eröffnung des Stadtquartiers rund um die heutige Uber Arena gehörte nach der Jahrtausendwende zweifelsohne zu den Highlights in der deutschen Hauptstadt. Mit direktem Zugang zur Spree lädt der Uber Platz mit der anliegenden Gastronomie und den beiden Multifunktionsarenen zum Flanieren, Genießen und Feiern ein – die Marke VELTINS ist dabei! Seit 2018 wird an diesem pulsierenden

» Für uns ist dieses Engagement in der Hauptstadt ein Leuchtturmprojekt.«

Jens Derksen
Verkaufsdirektor Gastronomie,
Brauerei C. & A. VELTINS

Ort in Berlin eine Partnerschaft gelebt, die nicht nur an den zahlreichen Zapfhähnen spürbar ist. Gemeinsam mit dem Management der Anschutz Entertainment Group (AEG) wurde diese Partnerschaft erfolgreich verlängert. VELTINS hält weiterhin die exklusiven Ausschankrechte in der Uber Arena Berlin sowie in der Uber Eats Music Hall. Die Kooperation mit der Anschutz Entertainment Group beinhaltet darüber hinaus zusätzliche Werberechte in der Arena, ebenso eine weithin sichtbare Präsenz auf dem Uber Platz zwischen Veranstaltungsort und Spreeufer. „Für uns ist dieses Engagement in der Hauptstadt ein wirkliches Leuchtturmprojekt“, sagt Jens Derksen, Verkaufsdirektor Gastronomie der Brauerei C. & A. VELTINS. „Das Berliner Quartier ist ein gastronomischer Hotspot, der die Menschen begeistert.“ Die Uber Arena ist mit 176 Events und rund 1,8 Mio. Besuchern pro Jahr als Multifunktionsarena auf Rekordkurs und gehört zu den größten Arenen in Deutschland. Die Eisbären Berlin, der Eishockeyclub der Hauptstadt, bestreitet alle Heimspiele in dieser Arena.

AUF EINEN BLICK

Daten & Fakten
Uber Arena

2008

Eröffnung

bis zu

1,8 Mio.

Zuschauende

17.000

Sitz- und
Stehplätze

59

Entertainment-
und Event-Suiten

Über **170**
Veranstaltungen
pro Jahr

**Sport-, Unterhaltungs-
und Konzerthighlights**

Fassbierbedarf:

rd. **4000** hl/Jahr



Auch für 2025 rechnet Anschutz Entertainment mit einem neuen Höchststand. Hinzu kommen fast 140 Konzerte, Shows und Corporate-Veranstaltungen in der Uber Eats Music Hall. „Wir freuen uns, die Partnerschaft mit VELTINS langfristig verlängern zu können“, resümiert Ole Hertel, Geschäftsführer UBER Arena, „die Ehrlichkeit beider Partner und die Kontinuität zahlen sich an dieser Stelle aus.“ So fließt auch weiterhin frisches VELTINS



Ob Konzert, Sport oder Show – die Uber Arena ist Garant für starke Live-Events.

bei zahlreichen Musik- und Sportveranstaltungen aus den rund 150 Zapfhähnen in der Arena, in den VIP-Bereichen und Event-Suiten steht das erweiterte VELTINS- und Maisel-Angebot bereit. Mit kommunikativen Maßnahmen wie Sampling-Aktionen werden zusätzliche Probierkontakte geschaffen. Nach der VELTINS-Arena in Gelsenkirchen ist die Uber Arena tatsächlich die zweitgrößte Ausschanklocation der Brauerei. Darüber hinaus bietet das Quartier vielseitige Gastronomieangebote mit gutem Blick auf reges, internationales Treiben. Blickfang auf dem Uber Platz sind die riesigen Media-Tower. Hier besitzt die Brauerei C. & A. VELTINS Branchenexklusivität für sämtliche Werbeplatzierungen und schafft so eine unübersehbare Markenpräsenz für VELTINS Pilsener, aber auch für das neue Produkt Helles Lager. Bereits seit den 1980er-Jahren engagiert sich die Privatbrauerei aus dem Sauerland in der Berliner Gastronomie. Zahlreiche Betriebe wissen die Bierexpertise der Privatbrauerei aus dem Sauerland seither zu schätzen. •





GOLDENE AUSSICHTEN

VELTINS MEGACHANCE 2025

www.veltins.de #veltinsmegachance

Die VELTINS Megachance 2025 hat Goldwert! In diesem Jahr gibt es für die Teilnehmer in den wöchentlichen Verlosungen als Sondergewinne insgesamt 30 Biercoins aus echtem Gold.

Das hat es noch nie gegeben: Eine Megachance mit goldenen Aussichten! Über zehn Wochen hinweg werden je drei Biercoins aus jeweils 100 Gramm Feingold verlost. „Die Biercoins sind echte Unikate und bei einer Auflage von 30 Stück auch noch eine besondere Rarität“, sagt VELTINS-Marketingdirektor Stefan Wiesmann. „Das bedeutet neues Glück für neue Gewinne!“ Darüber hinaus gibt es 6 Mio. Euro Sofortgewinne in bar zu gewinnen. In bewährter Weise befinden sich die Geldgewinne direkt unter den Kronkorken. Zu-

» Die Biercoins sind echte Unikate und bei einer Auflage von 30 Stück auch noch eine besondere Rarität. «

Stefan Wiesmann
Marketingdirektor der
Brauerei C. & A. VELTINS

sätzlich können durch die einfache und bewährte Mechanik die Gewinncodes direkt online in das virtuelle Benutzerkonto eingetragen oder ganz einfach mit der VELTINS-App eingescannt werden. Immerhin verrät schon der erste Blick unter den Kronkorken, ob die Flasche frisches VELTINS einen Gewinn bereithält. Die Teilnehmer können ihre Gewinnbeiträge bis einschließlich 30. September 2025 virtuell sammeln und sich anschließend bis Ende November 2025 auf das eigene Konto auszahlen lassen.

Die einfache Mechanik der vergangenen Aktionen bleibt dabei bestehen. „Der Biercoin greift das aktuelle Thema Kryptowährung auf und setzt dem ganzen mit einem VELTINS-typischen Augenzwinkern eine bodenständige Alternative entgegen.“

Jeder Teilnehmer befindet sich bereits mit der ersten Code-Eingabe im Lostopf für die begehrten Biercoins. Die Höhe des Sofortgewinns ist dabei unerheblich. Offizieller Aktionsstart war am 1. April, nach diesem Stichtag richtet sich auch der angegebene Goldwert der Biercoins, die ab Mai allwöchentlich zusätzlich verlost werden.

360-Grad-Kommunikation

Medial umrahmt wird die VELTINS Megachance 2025 durch eine Bewegtbild-Kampagne, Maßnahmen am Point of Sale, auf den Social-Media-Kanälen, in der VELTINS-App, eine Plakat-Kampagne sowie den VELTINS-Newsletter. Im Mittelpunkt aller Maßnahmen steht der Biercoin. „Wir haben für die VELTINS Megachance eine 360-Grad-Kommunikation ausgearbeitet, sodass wir die VELTINS-Markenfreunde an allen Touchpoints erreichen“, so der VELTINS-Marketingdirektor. Ein kurzweiliger Spot wird besonders Online für Unterhaltung und Reichweite sorgen. •



DAS ORIGINAL
SEIT 2010

VELTINS KRONKORKENAKTION DIE ERFOLGSGESCHICHTE

Wenn es um Kronkorken-Gewinnspiele geht, führt kein Weg an VELTINS vorbei. Seit 2010 begeistert die Jahresaktion Millionen von Bierfreunden mit spektakulären Gewinnen und einzigartigen Glücksmomenten. Was mit 100 VW Polo begann, wurde zu einer der erfolgreichsten Promotions in der deutschen Brauereiszene.

Glücksgefühle und Rekordgewinne

Von Anfang an setzte VELTINS auf spektakuläre Gewinne: Millionen Sofortgewinne, 100 VW Tiguan (2012), das „Braubsparen“ mit bis zu 100.000 Euro (2014) und ein 500.000-Euro-Supergewinn (2015). Der größte Clou kam 2018: Ein Gewinner durfte sich über eine Million Euro freuen! 2019 folgten 25 Mercedes-Benz-Fahrzeuge, 2022 ergänzten 30 E-Autos die Erfolgsgeschichte.

Ein Gewinnspiel, das Geschichte schreibt

Seit über einem Jahrzehnt sorgt die VELTINS Kronkorkenaktion für Aufregung und echte Glücksmomente. Immer neue Rekorde, immer größere Gewinne – und vor allem: immer wieder glückliche Gewinner. Wer noch nicht mitgemacht hat, sollte spätestens jetzt den Kronkorken umdrehen!



FAKTENLAGE



Gold – ein begehrtes Edelmetall, das als Schmuck und Wertanlage dient. Besonders Goldmünzen und Barren gelten als sichere Investition und internationales Zahlungsmittel. Seit Jahrtausenden als Währung genutzt, investieren sowohl private als auch institutionelle Anleger in physisches Gold und goldbasierte Wertpapiere.

In Krisenzeiten beweist Gold Stabilität und birgt kein Ausfallrisiko. Angebot und Nachfrage bestimmen den Goldpreis, der in US-Dollar notiert wird. Von 19,50 Dollar pro Feinunze im Jahr 1786 stieg er nach der Goldstandard-Änderung 1971 auf über 2.800 Dollar. Experten erwarten weitere Rekordhochs.



NEUE PÜLLEKEN SPOTS

Vergangenes Jahr verbreiteten die drei Protagonisten auf dem Etikett wieder reichlich gute Laune, und auch dieses Jahr setzen sie genau dort an – mit einer neuen TV-Kampagne. Vier verschiedene Spots gehen im Frühsommer auf Sendung. Zusätzlich zu den drei Protagonisten werden dieses Mal unter anderem die Sonne und ein Bär in die kurzweiligen Bewegtbilder integriert. „Für die Zuschauer wird es hier sicherlich wieder das ein oder andere Überraschungsmoment geben, das für Erheiterung sorgt“, ist sich Stefan Wiesmann sicher.



„LÄNGER HELL“

Der Spot kommt passend zum Frühling, wenn die Tage endlich wieder länger werden: Auf den beginnenden Sonnenuntergang reagieren die drei Protagonisten einfach, indem sie die Sonne an ihren Strahlen ziehen und den Untergang verhindern – denn für eine gute Nacht ist es noch viel zu früh.

„DA STEPPT DER BÄR“

Auch in diesem Spot ist der Name Programm. Ein Bär trifft auf die drei tanzenden Männeken und sorgt für eine kurze Schrecksekunde. Doch schnell wendet sich alles zum Guten und sie „steppen“ einfach zu viert weiter.



Ähnlich humorvoll wird es 2025 auch im Social-Media-Bereich zugehen. Während im vergangenen Jahr „das fliegende Pülleken“ über dem Münchener Oktoberfest für reichlich Furore bei Instagram gesorgt hat, dürfen die Markenfreunde auch 2025 wieder gespannt sein, welche Highlight-Videos es geben wird. Stefan Wiesmann: „Die Ideen

sind sehr vielfältig und werden wieder für Interaktionen und Likes bei den Pülleken-Fans sorgen.“ Schon das fliegende Pülleken in Form eines Zeppelins mit dem wehenden Banner „Alles Gute kommt von oben“ erfreute sich großer Beliebtheit. **Über 35.000 User ließen ein Herz bei Instagram da**, mehr als 9 Millionen User wurden mit dem Reel erreicht. •

Highlight beim Oktoberfest:
Das fliegende Pülleken.



Social Media

Überraschungsmomente
mit dem hellen

Pülleken



Das helle Pülleken ist und bleibt weiterhin ein Erfolgsbringer – in NRW und auch national. Dank der sympathischen Markenkommunikation auf sämtlichen Kanälen gelingt es der Marke immer wieder, für Hingucker und Schmunzler zu sorgen und dabei an Beliebtheit zu wachsen.

www.puelleken.de

#promotion

Mit dem hellen Pülleken hat es die Brauerei C. & A. VELTINS geschafft, auch in entfernten Regionen außerhalb der angestammten Hellbier-Märkte Baden-Württemberg und Bayern im vergangenen Jahr einen erfreulichen Mengenzugewinn zu erreichen. „Nicht zuletzt die sympathische Markenkommunikation hilft uns dabei,

eine deutliche Differenzierung zu dem Hellen mit typisch blau-weißer Folklore zu schaffen“, so Stefan Wiesmann, VELTINS-Marketingdirektor. Im vergangenen Jahr erreichte das helle Pülleken im nationalen Ranking den dritten Platz und sogar die Marktführerschaft beim Hellbier in Nordrhein-Westfalen. „Für uns ist das ein Zeichen dafür, dass der Biermarkt Raum für innovative Produktideen bietet, die sich selbst nicht so bierernst nehmen“, sagt Stefan Wiesmann. Dass Kommunikation eben auch mit einem Augenzwinkern geht, zeigt das helle Pülleken eindrücklich. Sowohl in den regelmäßigen Postings in den sozialen Medien als auch bei Maßnahmen direkt



24,9 %

beträgt der Marktanteil von
Helles Pülleken in NRW.



am Point of Sale oder eben auch im linearen Fernsehen und Connected TV. •

Zahlreiche Postings auf Instagram & Co. sorgen
regelmäßig für gute Laune unter den Markenfreunden.



SOMMER 2025 WIRD
WILD UND BEERIG:
**LIMITIERTES
V+ WILD BERRY!**

Sommer, Sonne und V+: In diesem Jahr wird dieser Dreiklang um das neue Geschmackserlebnis V+ Wild Berry bereichert.



schwarzer Johannisbeere und Waldbeeren erinnert. Zusätzlich unterstützt eine leichte Kirschnote den fruchtigen Eindruck. Die leichte Textur wird durch einen ausgewogenen Süße-Säure-Eindruck ergänzt. „Mit unserer V+-Range begeistern wir vor allem die jüngere Zielgruppe der unter 30-Jährigen“, erläutert Marketingdirektor Stefan Wiesmann. „Sie genießen die geschmackliche Vielfalt, die unser neuer Geschmacksimpuls V+ Wild Berry bereichern wird.“

Die limitierte Edition V+ Wild Berry ist seit April in der 0,5-l-Dose erhältlich. Der modische Leo-Print-Look in pinkem Design sticht dabei besonders ins Auge. Die Produktneuheit wird über Social Media sowie am Point of Sale im Handel kommuniziert und bereichert den Sommer 2025 um ein neues trendig-fruchtiges Biermix-Erlebnis.

» Mit unserer V+-Range begeistern wir vor allem die jüngere Zielgruppe der unter 30-Jährigen. «

Stefan Wiesmann
Marketingdirektor
Brauerei C. & A. VELTINS

VELTINS Special



Es geht wieder los!

V+ FESTIVAL-SAISON 2025



Der Biermix V+ ist auch in der Festival-saison 2025 der ideale Begleiter. Auf den verschiedenen Festivals, wie z.B. Mayday in Dortmund, Ruhr-in-Love in Oberhausen oder Nature One in Kastellaun wird V+ Partner sein. Aber auch Fans des Electrize Festival in Erkelenz können sich auf den Genuss von V+ freuen.

GEWINNEN MIT V+

V+ Freunde erwartet auch in diesem Sommer eine spannende Gewinnspiel-Saison: In den Sommermonaten werden über die VELTINS-App, QR-Codes auf der Aktionsware und Social-Media-Kanälen wöchentlich Sofortgewinne sowie Festival- und Konzert-Tickets verlost.

Neu und limitiert:

V+ CURUBA OVERFILL DOSE

Fans von V+ Curuba können sich über ein besonderes „Schmankerl“ in diesem Frühjahr freuen: Seit April gibt es V+ Curuba in der Overfill Dose mit 13,5% mehr Inhalt. Diese Edition ist als Aktionsware in begrenzter Stückzahl im Handel verfügbar.



BORKUMS GENUSSVIELFALT TRADITION, LEIDENSCHAFT UND ECHTE GASTFREUNDSCHAFT



Borkum ist die größte der ostfriesischen Inseln und ein Paradies für Naturliebhaber, Erholungssuchende und Feinschmecker.

Frische Nordseeluft, endlose Sandstrände und das unverwechselbare maritime Flair machen die Insel zu einem besonderen Ort – ob für einen aktiven Urlaub oder zum entspannten Genießen.

www.veltins.de

#gastronomieborkum

Hier treffen Tradition auf Innovation, regionale Spezialitäten auf internationale Einflüsse und ostfriesische Gemütlichkeit auf moderne Gastronomiekonzepte. Ob urige Kneipe, stilvolle Vinothek oder charmantes Strandrestaurant – die Gastronomie auf Borkum ist so vielfältig wie die Insel selbst.

GEESKE & DER SWARTE ROELF

Frieda Lekscha
Borkum

Das Geeske & der swarte Roelf ist Borkums entspanntes Strandwohnzimmer – direkt an der Promenade, mit atemberaubendem Meerblick. Hier trifft kreative, regionale Küche auf eine große, abwechslungsreiche Getränkeauswahl in einer Wohlfühlatmosphäre, die zum Verweilen einlädt. Wer in den traditionsreichen Räumen einkehrt, soll sich wie zu Hause fühlen, sei es beim Frühstückskaffee in der Morgensonne, bei einer Stärkung nach dem Strandtag oder bei

einem frisch gezapften VELTINS zum Sonnenuntergang. Frieda Lekscha übernahm das Lokal 2019, nachdem sie viele Sommer auf Borkum verbracht, während ihres Tourismusmanagement-Studiums als Surflehrerin auf der Insel gearbeitet und anschließend neun Jahre Erfahrung in der Gastronomie gesammelt hat. „Morgens fahre ich mit dem Rad zehn Minuten am Strand entlang zur Arbeit – was gibt es Schöneres?“, schwärmt die

» Das VELTINS-Sortiment kommt super an. «



Gebietsverkaufsleiter Alexander Haglage und Frieda Lekscha genießen einen der filmreifen Sonnenuntergänge auf der Terrasse des Geeske & der swarte Roelf, das neben 100 Innenplätzen weitere 200 Außenplätze bietet.



Frisches VELTINS darf auf Borkum nicht fehlen. Im Geeske & der swarte Roelf lässt es sich mit Blick aufs Meer besonders gut genießen.

Wahl-Borkumerin. Von Anfang an haben sie und ihr Team viel Herzblut in das Geeske & der swarte Roelf gesteckt, das sich nicht nur durch eine gemütliche Atmosphäre, sondern auch durch eine originelle Speisekarte auszeichnet. Neben dem beliebten Snirtjeburger gibt es ausgefallene Fischbrötchen mit regionalen Zutaten wie Queller von der Insel oder frischen Matjes mit Apfelchutney. Ein besonderes Highlight ist die legendäre Sanddorn-Currywurst – eine süß-würzige Interpretation des Klassikers mit hausgemachter Sanddornsauce. Im Sommer wandern die Sofas nach draußen, zum Sonnenuntergang gibt es Popcorn und montags legen DJs auf – immer wieder neue Aktionen, die die Gäste begeistern. Seit 2023 betreibt Lekscha zusätzlich einen Kiosk an

der Haupteinkaufsstraße, hat mit Mointz eine eigene Getränkemarkte auf Bioweinbasis entwickelt und bietet eine große Auswahl an Kornraritäten an. Von Anfang an besteht auch eine enge Partnerschaft mit VELTINS. „Die Zusammenarbeit ist super vertrauensvoll – einfach unkompliziert, familiär und beständig, und genau das schätzen wir“, betont Lekscha. Im Ausschank gibt es VELTINS Pilsener vom Fass, Pülleken, Grevensteiner, Radler und die 0,0%-Range. „Das Sortiment kommt super an – da ist für jeden Geschmack und jede Generation etwas dabei.“ Geeske & der swarte Roelf ist mehr als ein Restaurant – es ist ein Lebensgefühl. Ein Ort, an dem Wellenrauschen, gute Drinks und beste Gesellschaft in einer Wohlfühlatmosphäre zusammentreffen.

KLEINE MÖWE

Florin Stefan Banescu
Borkum

Die Kleine Möwe auf Borkum verbindet norddeutsche Tradition mit mediterraner Raffinesse und bietet ihren Gästen geschmackvolle Vielfalt in gemütlicher Atmosphäre. Seit 2023 führt Florin Stefan Banescu das traditionsreiche Haus und bringt als erfahrener Barkeeper und Gastronom frischen Wind in das Restaurant. „Der Traum, etwas Eigenes zu führen, begleitet mich schon lange. Auf Borkum, seit zwölf Jahren meine Wahlheimat, habe ich endlich den perfekten Ort dafür gefunden. Das Beste daran:

» Viele Gäste sagen, es schmeckt wie bei Mama. «



Meine Familie steht mir zur Seite und gemeinsam geben wir jeden Tag unser Bestes für unsere Gäste“, erzählt Banescu. Unterstützt wird er dabei zudem von Chefkoch Oliver Lorenz, der zuvor 25 Jahre lang die Küche der „Roten Erde“ auf der Insel leitete. Die Speisekarte verbindet norddeutsche Klassiker mit mediterranen Spezialitäten – stets hausgemacht und mit frischen Zutaten aus der Region. Besonders beliebt sind das Vitello Tonnato und das zarte Lammfilet vom Inselmetzger. Daneben stehen Wiener Schnitzel, Rumpsteak und Pasta-Gerichte auf der Karte – für jeden Geschmack ist etwas dabei. Wöchentlich wechselnde Spezialitätenkarten sorgen mit Skreifilet, Antipasti oder geschmorten Ochsenbäckchen für Abwechslung. „Viele Gäste sagen, es schmeckt wie bei Mama – ein schöneres Kompliment gibt es nicht“, so der gebürtige Rumäne. Im stilvoll maritim eingerichteten Lokal finden 48 Gäste Platz, auf der Terrasse weitere 20. Neben der guten Küche sind Banescus kunstvoll zubereitete Aperitifs ein Highlight: Er verfeinert sie mit hausgemachten Schäumen aus Basilikum-Zitrone oder



Wassermelone. Als ausgebildeter Flairbartender begeistert er mit kunstvollen Cocktailkreationen und sorgt so für besondere Genussmomente. Auch bei der Bierauswahl setzt er auf Qualität: „Mit Grevensteiner bieten wir unseren Gästen etwas Besonderes, das es auf Borkum nicht an jeder Ecke gibt.“ Neben VELTINS Pilsener und Grevensteiner vom Fass gehören auch Radler, die 0,0%-Range und Maisel's Weizen zum Sortiment. Mit ihrem gemütlichen Ambiente, der handwerklich perfekten Küche und der herzlichen Gastfreundschaft ist die Kleine Möwe eine echte Genussadresse auf Borkum – für Touristen und Einheimische gleichermaßen. ➔



Das beleuchtete Deckenbild mit maritimen Motiven ist ein echter Hingucker in der Kleinen Möwe.



Gastronom und Gastgeber durch und durch – Florin Stefan Banescu zapft mit Leidenschaft und serviert einzigartige Genussmomente in der Kleinen Möwe auf Borkum.



Das Highlight innen sind die großen Panoramafenster mit Blick aufs Meer.



Ob Einheimische, Touristen oder Familien – im Alibi genießen die Gäste amerikanische Klassiker mit regionalem Touch in entspannter Atmosphäre. VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Alexander Haglage (l.) und Gastronom Enrico Schönhoff freuen sich über ein frisches VELTINS bei bestem Wetter auf der großzügigen Terrasse.

LOKAL ALIBI

Enrico Schönhoff
Borkum

Auf Borkum trifft amerikanischer Lifestyle auf ostfriesische Gemütlichkeit – genau das macht das Lokal Alibi so besonders. Unter dem Motto „Borkum meets America“ verbindet Inhaber Enrico Schönhoff rustikale Herzlichkeit mit amerikanischem Flair. Diese Mischung prägt sowohl das Ambiente als auch die Speisekarte: große Portionen, frische regionale Zutaten und eine lockere Atmosphäre. „Wir wollten kein klassisches Diner, sondern dieses Flair mit Borkumer Charme verbinden“, erklärt Schönhoff. Der gebürtige Berliner lebt seit 16 Jahren auf der Insel und übernahm das Lokal 2023 von seinem Vorgänger Dennis Milke, bei dem er zuvor angestellt war. Sitzbänke im Diner-Stil treffen auf maritime Blautöne, hausgemachte amerikanische Küche auf ostfriesische Regionalität – ein Mix, der ankommt. Unangefochtener Star der Karte: der „One and Only“ Spezial-Burger – mit 2,1 kg inklusive Pommes der größte Burger Borkums. Daneben stehen saftige Burger, XXL-Schnitzel und original amerikanische Sandwiches auf der Karte. Das Lokal Alibi ist ein Ort für jeden – ob für Einheimische, Touristen oder Sportler. Drinnen gibt es

60 Sitzplätze, draußen auf der Sonnenterrasse weitere 50. Selbst bei schon mal vorkommenden norddeutschem Schmuddelwetter bietet das Restaurant einen gemütlichen Rückzugsort, da der Innenbereich um einen großen Wintergarten erweitert wurde. Als eines der wenigen Restaurants auf der Insel betreibt das Lokal Alibi zudem einen eigenen Lieferservice. Im Sommer ergänzt ein Kiosk das Angebot mit Snacks, warmen Speisen und kühlen Getränken. Seit den 2000er Jahren besteht eine enge Partnerschaft mit dem Hause VELTINS. „Ich schätze die vertrauensvolle und transparente Zusammenarbeit. Der persönliche Kontakt und der stetige Austausch haben einen hohen Stellenwert“, betont Schönhoff. Angeboten werden VELTINS Pilsener und Grevensteiner vom Fass, Pülleken, Radler, Fassbrause und die alkoholfreien Varianten. Mit dem Sommer wird das Helle Lager das Sortiment ergänzen. „Vor allem die neuen Produk-

» Ich schätze die vertrauensvolle und transparente Zusammenarbeit. «



te kommen bei unseren Gästen immer sehr gut an.“ Mit seiner einzigartigen Mischung aus amerikanischem Diner-Flair, ostfriesischer Bodenständigkeit und entspannter Atmosphäre ist das Alibi eine feste Größe auf Borkum – ein Ort für genussvolle, ungezwungene Abende.



BAUERNSTUBEN

Alin Lazar
Borkum

Die Bauernstuben auf Borkum stehen für Tradition – ein Hofcafé und Restaurant mit ländlichem Charme und herzlicher Gastfreundschaft. Inmitten der idyllischen Landschaft des Ostlandes ist das Restaurant seit Jahrzehnten ein beliebtes Ziel für Gäste und Einheimische. Nach einem Ausflug lädt die Bauernstuben mit bodenständiger Küche, hausgemachten Kuchen und ostfriesischer Gemütlichkeit zum Verweilen ein. Seit 2021 führt Alin Lazar mit seiner Familie das Traditions Haus, nachdem er es als langjähriger Mitarbeiter vom Vorbesitzer Rainer Haupt übernommen hat. Unterstützt wird er von Michael Grüner, der seit mehr als zwölf Jahren als Chefkoch die kulinarische Richtung vorgibt. „Die Bauernstuben sind für mich ein besonderer Ort. Ich habe hier schon in den 90er Jahren gearbeitet und wusste immer, dass ich wieder zurückkommen möchte“, erzählt Grüner. Nach verschiedenen Stationen in der Gastronomie zog es den gebürtigen Sauerländer zurück auf die Insel. „Unsere Küche ist ehrlich, boden-

» Unsere Küche ist ehrlich, bodenständig und frisch. «



Besonders idyllisch im Ostland von Borkum gelegen, locken die Bauernstuben viele Gäste für eine genussvolle Auszeit an.

ständig und frisch. Wir legen großen Wert auf Qualität – das schmeckt man.“ Auf der Speisekarte steht klassische Hausmannskost mit norddeutschem Charakter. Besonders beliebt sind das deftige Krüstchen, der frische Matjes und die täglich wechselnden Tagesgerichte. „Viele Gäste kommen wegen unserer traditionellen Küche. Sonntags gibt es Klassiker wie Rouladen oder Sauerbraten, darauf freuen sich die Stammgäste die ganze Woche“, so der Chefkoch. Mit 90 Sitzplätzen im Innenbereich und weiteren 150 auf der Terrasse bieten die Bauernstuben ausreichend Platz für ihre Gäste. Ein großer Spielplatz macht die Bauernstuben vor allem für Familien attraktiv. Seit 2024 besteht eine enge Kooperation mit VELTINS. „Wir haben uns für Veltins entschieden, weil es ein familiengeführtes und ursprüngliches Unternehmen mit Tradition ist – genau wie wir“, erklärt Grüner. Vom Fass gibt es neben VELTINS Pilsener auch Grevensteiner und Pülleken – eine auf Borkum einzigartige Auswahl. Ergänzt wird das Angebot durch Radler, VELTINS 0,0% und Maisel's Weizen. „Besonders das Grevensteiner kommt bei den Gäs-

Kilometerlange weiße, feinsandige Strände im Westen und Norden der Insel laden Jahr für Jahr viele begeisterte Touristen nach Borkum ein – ob zum Baden, zum Entspannen im Strandkorb oder zu langen Strandspaziergängen an der frischen Seeluft.



Chefkoch Michael Grüner mit den Klassikern schlechthin: deftige Krüstchen, Schweineschnitzel mit Röstzwiebeln, Champignons, Spiegelei und Bratkartoffeln – und norddeutsches Labskaus.

ten sehr gut an, da es gut zu unseren Gerichten passt.“ Mit ihrer idyllischen Lage, der frischen Küche und der urigen Atmosphäre sind die Bauernstuben ein Stück Borkumer Tradition – ein Ort zum Verweilen und Genießen. →

IN UNDIS

Björn Sassen
Borkum

Im Herzen Borkums, nur einen kurzen Spaziergang vom Strand entfernt, lädt das In Undis dazu ein, Genuss und Geselligkeit zu zelebrieren. Der Name stammt aus der Inschrift des Borkumer Wappens – Mediis Tranquillus in Undis („ruhig inmitten der Wogen“) – und beschreibt genau das, was die Vinothek und Tapasbar ausmacht: einen Ort der Entspannung inmitten der lebendigen Insel! Der gebürtige Ostfrieser Björn Sassen übernahm das Lokal 2022 mit einer klaren Vision: hochwertige Weine, kreative Tapas und eine Atmosphäre, die zum Verweilen einlädt. „Gutes Essen und Trinken bringt Menschen zusammen – genau das wollten wir hier schaffen“, berichtet Sassen. Das In Undis verbindet norddeutsche Herzlichkeit mit internationaler Genussskultur. Auf der Karte steht eine Auswahl spanischer Tapas mit internationalen Einflüssen – perfekt zum Teilen. Denn für den Ostfriesen sind Tapas mehr als nur kleine Gerichte: Sie stehen für gemeinsames Erleben, Kommunikation und Genuss in entspannter Runde. Der Wein spielt dabei eine zentrale Rolle – ins Glas kommt nur, was Björn Sassen als Sommelier und



Ob im stilvollen Lokal, auf der sonnigen Terrasse, bald im Weinbistro „Nebenan“ oder als Caterer – das In Undis begeistert auf allen Ebenen.

» Das Pülleken begleitet unsere Speisen perfekt. «



sein Team selbst überzeugt. Aber auch Bierliebhaber kommen auf ihre Kosten: „Passionierte Weintrinker freuen sich auch immer über ein frisch gezapftes Bier – bei uns auch gerne als Aperitif“, berichtet der Inhaber. Seit 2023 gibt es neben erlesenen Weinen auch frisch gezapftes Pülleken vom Fass sowie VELTINS 0,0 % und Maisel's Weizen. „Wir haben uns bewusst für das Helle am Hahn entschieden, da es unsere Speisen perfekt begleitet“, betont Sassen. „Viele unserer Gäste aus dem Haupteinzugsgebiet NRW kennen es, aber vom Fass ist für sie eine Überraschung – und kommt richtig gut an.“ Das In Undis bietet Platz für 55 Gäste im Innenbereich und weitere 50 Plätze auf der sonnigen Terrasse. Im Winter ein gemütlicher Rückzugsort vor der rauen Nordseebrise, verwandelt sich die Terrasse im Sommer in einen belebten Treffpunkt. Direkt angrenzend an das In Undis eröffnet das „Nebenan“ – ein Weinbistro mit kleinen Gerichten für den leichten Genuss am Tag. Darüber hinaus bietet es den perfekten Rahmen für Veranstaltungen und Verkostungen. So vereint das In Undis Genuss, norddeutsche Gastlichkeit und internationales Flair – ein Ort, an dem sich die Gäste rundum wohlfühlen.

Seit seiner Jugend ist Björn Sassen in der Gastronomie verwurzelt – heute ist er Gastgeber mit Herz und Expertise.



PIRATENNEST

Birgit & Karl Jansen
Borkum

Das Piratennest auf Borkum ist der urig-maritime Treffpunkt für Camper, Inselbesucher und Einheimische gleichermaßen. Seit fünf Jahren führen Karl und Birgit Jansen das gemütliche Restaurant auf dem Campingplatz. Karl Jansen lebt seit 36 Jahren auf der Insel, seine Frau seit elf Jahren. Sie haben schon die unterschiedlichsten Gastronomiebetriebe geführt – vom Nachtclub bis zur urigen Kneipe. Im Piratennest erwartet die Gäste gutbürgerliche deutsche Küche, von Ofenkartoffeln bis hin zu saftigen Steaks. Besonders bekannt ist das Restaurant für seine Schnitzel und frischen Krabben, die bei den Stammgästen hoch im Kurs stehen. Das Restaurant verfügt über 42 Innen- und 36 Außenplätze auf der großen Terrasse. Im Sommer sorgen gemütliche Abende mit Live-Musik für gesellige Stunden. Die zentrale Lage auf dem Campingplatz schafft eine entspannte Atmosphäre mit viel Platz für Familien, Kinder und Hunde. Der große Spielplatz macht das Restaurant zu einem beliebten Anlaufpunkt für Familien – viele kehren regelmäßig wieder ein. Ein besonderes Anliegen ist Karl Jansen die langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit seinen Partnern. „Seit 25 Jahren habe ich VELTINS im Ausschank“, betont er. Über alle gastronomischen Stationen hinweg ist er der Brauerei treu geblieben. „Wenn man weiß, was man an einem Partner



Das urig-maritime Piratennest ist als gehobene Campinggastronomie ein fester Treffpunkt auf der Insel.

» Seit 25 Jahren habe ich VELTINS im Ausschank. «



hat, warum wechseln?“ Im Ausschank sind VELTINS Pilsener vom Fass, Radler, die 0,0%-Range, Maisel's Weizen und ab Sommer auch das Helle Lager. Die Fassbrausen werden jetzt um die neuen, limitierten Sorten Pink Grapefruit und Blutorange erweitert – ein breites Sortiment für die ganze Familie. Neben dem Piratennest übernehmen die Jansens zudem die Bewirtung in der Kulturinsel Borkum, ein Veranstaltungszentrum mit bis zu 800 Plätzen für Konzerte, Lesungen und private Feiern. Hier bieten sie den Gästen ein genussvolles kulinarisches Angebot. Mit viel Leidenschaft und Herzblut haben sie zwei feste Institutionen auf Borkum geschaffen, die von Einheimischen und Urlaubern gleichermaßen geschätzt werden. ●

FRISCHES VELTINS
GENIESSEN AUF BORKUM

GEESKE & DER SWARTE ROELF
Bürgermeister-Kieviet-Promenade
26757 Borkum

KLEINE MÖWE
Kirchstraße 31
26757 Borkum

LOKAL ALIBI
Hindenburgstraße 97
26757 Borkum

**HOFFCAFÉ UND RESTAURANT
BAUERNSTUBEN**
Ostland 3
26757 Borkum

IN UNDIS
Strandstraße 12
26757 Borkum

PIRATENNEST
Hindenburgstraße 114
26757 Borkum

MIT GREVENSTEINER DAS LEBEN GENIESSEN

Der Instagram-Kanal **@grevensteiner** gibt das ganze Jahr über genussvolle Ausflugstipps und Gastro-Empfehlungen. So geht's näher ran an die Gen Z!



Grevensteiner Landbier steht für Biergenuss, Regionalität und Bodenständigkeit. Dieser wird vorzugsweise auf dem zugehörigen Instagram-Kanal **@grevensteiner** mit inspirierenden Tipps für die Follower geteilt. Ein Highlight in den vergangenen Monaten war der Ausflug zum Biggeblick, die Kutschfahrt im Schnee – natürlich samt kühlem Getränk – oder das Angrillen bei den ersten frühlingshaften Sonnenstrahlen. Mit Grevensteiner als Begleiter lässt sich allorts die Heimat besonders gut erkunden!

Natürlich ist Grevensteiner in der Gastronomie präsent. „Auf unserem Social-Media-Kanal teilen wir diesen gelebten Biergenuss und präsentieren neben inspirierenden Ausflugs- und Rezeptideen auch die verschiedensten Köstlichkeiten unserer Gastronomiepartner“, so Stefan Wiesmann, Marketingdirektor der Brauerei C. & A. VELTINS. In den kommenden Monaten wird es auf diesem Kanal außerdem spannende Verlosungs-Aktionen geben. Im Handel können sich Verbraucher auf „Abendbrot-Events“ freuen, die die Marke Grevensteiner auf besondere Art und Weise erlebbar machen: Sich Zeit nehmen für Genuss und die kleinen qualitätsvollen Momente im Alltag, dafür steht Grevensteiner. Es lohnt sich also in jedem Fall, den **@grevensteiner** Kanal zu abonnieren.



Diese Instagram-Postings beschreiben in Wort und Bild, wofür die Marke Grevensteiner steht – Genuss, Regionalität und Bodenständigkeit werden groß geschrieben.



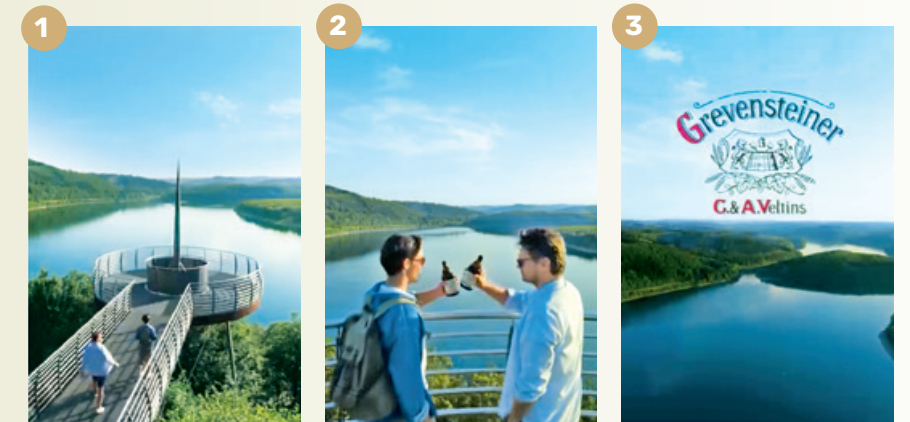
» Auf unserem Social-Media-Kanal teilen wir diesen gelebten Biergenuss. «

Stefan Wiesmann
VELTINS-Marketingdirektor

In bewährter Weise geht der beliebte Grevensteiner Mercedes-Oldtimer 2025 wieder auf Tour und wird bei zahlreichen Events für Blickfangwirkung und echtes Retro-Feeling sorgen. So auch bei der Oldtimer-Rallye in Bad Sassen-dorf, dem Sommer-BBQ in Kühlungs-

born oder dem Hafenfest in Osnabrück. Dank der eingebauten Kühlschränke kann das Spezialitäten-Duo Grevensteiner Landbier und Grevensteiner Naturtrübes Helles auch aus dem Grevensteiner Oldtimer immer perfekt temperiert ausgedient werden. •

AUSFLUGSTIPP VIA SOCIAL MEDIA: ANSTOSSEN AUF DEM BIGGEBLICK



Ein Highlight-Posting beschrieb auf Instagram den Biggeblick: Sonniges Wetter, atemberaubende Aussichten und dazu ein genussvolles Grevensteiner machen den Ausflug perfekt.





Frames Hotel: Geschäftsführer Philipp Lohse (l.) und Eduard Terpeza bieten im Restaurant neben Frühstück und Abendessen einen Mittagstisch an, der besonders die Firmen der Umgebung anspricht. Die exklusiv gestaltete Zigarrenlounge (o.) setzt dem besonderen Genuss im Frames das i-Tüpfelchen auf.



Faszination Mittelrhein - eine Region zum

VERWEILEN, ERLEBEN UND GENIEßEN

Steile Weinberge, imposante Burgen und der mächtige Rhein prägen die Region – UNESCO-Welterbe wirkt. Der Mittelrhein gehört eben zu den eindrucksvollsten Kulturlandschaften Deutschlands. Hier treffen Geschichte und Natur auf eine gehobene Genusskultur – für Reisende und Einheimische gleichermaßen.



Nicht nur traditionelle Weingüter, sondern auch innovative Gastronomie- und Hotelleriekonzepte sowie außergewöhnliche Events finden sich in dieser romantischen Umgebung. Wer den Mittelrhein besucht, entdeckt eine Region voller Charme – und kommt gerne wieder.

FRAMES HOTEL

Eduard Terpeza & Philipp Lohse
Mülheim-Kärlich

Im Herzen des Neuwieder Beckens zwischen Andernach und Koblenz setzt das Hotel Frames neue Maßstäbe in der Hotellerie. Das im Februar 2025 eröffnete Business- und Lifestyle-Hotel verbindet modernen Komfort mit einem außergewöhnlichen Genusskonzept und bietet seinen Gästen eine Auszeit mit Stil. „Unser Ziel ist es, Geschäftsreisende und

» Wir setzen auf
Genuss in all
seinen Facetten. «



Genießer aus der Region so zu begeistern, dass sie gerne wiederkommen“, erläutert Geschäftsführer Eduard Terpeza, der gemeinsam mit Philipp Lohse das Hotel leitet. Das Frames verfügt über 99 Zimmer – von stilvollen Doppelzimmern bis zu luxuriösen Suiten. Kulinarische Highlights erwarten die Gäste im haus-eigenen Restaurant mit 90 Plätzen und der angrenzenden Rooftop-Bar mit 60 Plätzen, die mit gehobener regionaler und internationaler Küche sowie einem beeindruckenden Blick auf den Rhein überzeugen. Ein besonderes Highlight ist die Zigarrenlounge, die laut Lohse

„den Nerv der Gäste getroffen hat“. Sie bietet 17 Plätze und schafft einen exklusiven Rückzugsort für entspannte Genussmomente. „Wir setzen auf Genuss in all seinen Facetten“, so Lohse. „Daher war uns neben einer hochwertigen Küche auch die Wahl unseres Bierpartners wichtig. VELTINS bietet uns nicht nur ein breites Portfolio, sondern unterstützt uns von Beginn an und trägt dazu bei, unsere Gäste glücklich zu machen.“ Mit der angeschlossenen Eventhalle für bis zu 1.000 Personen, ideal für Tagungen, Messen und Feierlichkeiten, positioniert sich das Frames nicht nur als Hotel, sondern als vielseitige Erlebniswelt. „Unsere Vision ist es, ein Ort zu sein, an dem Business und Genuss auf höchstem Niveau zusammenkommen“, fasst Terpeza zusammen. „Da darf ein frisches VELTINS natürlich nicht fehlen – ob im Restaurant, in der Zigarrenlounge oder bei besonderen Events.“

FOOD HOTEL NEUWIED

Jörg Germandi
Neuwied

Was als pragmatische Lösung begann, ist heute ein einzigartiges Hotelkonzept: Der benachbarten food akademie Neuwied, die Fachkräfte für den Lebensmitteleinzelhandel ausbildet, fehlten Unterkünfte. So entstand 2010 die Idee eines Hotels, das nicht nur Übernachtungsmöglichkeiten bietet, sondern auch thematisch an die Branche angelehnt ist. So war das food hotel Neuwied geboren – mit seinem besonderen Konzept der Supermarkt-Themenzimmer, das sich stetig weiterentwickelt. Mit 113 Zimmern, darunter 46 individuell gestaltete Themenzimmer, gelingt dem Haus eine außergewöhnliche Übernachtungserfahrung. Zahlreiche Partner aus der Lebensmittelbranche haben die Zimmer kreativ mitgestaltet – darunter auch die Brauerei C. & A. VELTINS. Partnerschaft kann eben viele Seiten haben. „VELTINS begleitet uns von Anfang an“, berichtet Geschäftsführer Jörg Germandi, der das Hotel seit 2012 leitet. „Für

»VELTINS ist
unser Bier.«



uns ist ein starker, verlässlicher Partner essenziell – und den haben wir gefunden.“ Im Ausschank sind VELTINS Pilsener, Pülleken, Grevensteiner, Fassbrause, Mäsel's und alkoholfreie Varianten. „VELTINS ist unser Bier. Es hebt sich durch Geschmack und Vielfalt ab – und weil es in der Region nicht an jeder Ecke zu finden



Frisches VELTINS steht seit 2012 auf der Karte im food hotel Neuwied! Links Geschäftsführer Jörg Germandi mit VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Marcel Tech (Mitte) und VELTINS-Verkaufsleiter Gastronomie André Becks.

MITTELREIN



LORELEY FREILICHTBÜHNE

Ulrich Lautenschläger
Sankt Goarshausen

Die Loreley Freilichtbühne zählt zu den bekanntesten Open-Air-Spielstätten Deutschlands. Hoch über dem Rhein bietet sie ein einzigartiges Ambiente im UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal. Ursprünglich in den 1930er-Jahren für Theateraufführungen erbaut, entwickelte sie sich seit 1976 mit einem Genesis-Konzert zur Rockbühne. Die →



Die Loreley Freilichtbühne lockt Jahr für Jahr tausende Besucher an und garantiert mit ihrem abwechslungsreichen Programm in einzigartiger Kulisse unvergessliche Momente.

» Frisches VELTINS ist für mich die Nummer eins. «



legendäre Sendung „Rockpalast“ machte sie in den 1980er Jahren europaweit bekannt, seitdem traten hier zahlreiche Weltstars auf. 2009 übernahm die Loreley Venue Management GmbH mit ihren Geschäftsführern Ulrich Lautenschläger und Frank Otto die Bühne und entwickelte sie weiter. „Die Loreley ist nicht nur eine Bühne – sie ist ein magischer Ort mit Gänsehautmomenten für Künstler und Publikum“, so Lautenschläger. Die einzigartige Lage, der spektakuläre Blick aus 200 Metern Höhe und die besondere Nähe zwischen Künstlern und Fans machen sie bis heute zu einer der atmosphärischsten Bühnen Europas. 2024 war mit fünf Veranstaltungstagen in Folge und jeweils 12.000 Besuchern das bisher erfolgreichste Jahr. Für Lautenschläger und Otto war die Wahl einer familiären Brauerei essenziell – eine Entscheidung, die sie nie bereut haben. Das Hauptprodukt ist VELTINS Pilsener vom Fass, doch auch Pülleken erfreute sich 2024 großer Beliebtheit.

Im angrenzenden Biergarten mit herrlichem Blick ins Mittelrheintal gibt es zudem Grevensteiner, Fassbrause und die 0,0%-Range. Auch bei Großveranstaltungen wie dem ausverkauften Konzert der Band Böhse Onkelz 2024 lief die Versorgung reibungslos. „Ohne VELTINS wäre vieles nicht möglich gewesen – die Zusammenarbeit und Logistik sind außergewöhnlich. Für uns ganz klar die Nummer eins, die wir jedem Veranstalter nur ans Herz legen können“, betont Lautenschläger. Die besondere Atmosphäre der Loreley, gepaart mit einer starken Organisation und verlässlichen Partnern, machen die Bühne zu einem Muss für Künstler und Fans. Peter Mafay, der 2025 auftreten wird, bezeichnet sie als „eine meiner Lieblingsspielstätten“. Auch in diesem Jahr erwartet die Besucher an neun Veranstaltungstagen zwischen Mitte Juni und Anfang September eine hochkarätige Mischung aus Rock, Pop und Metal.



Familienbetrieb in 5. Generation (v. l. n. r.): Vater Werner zusammen mit seinen Söhnen Marc (links) und Dennis Gilles an Bord des Schiffes Stadt Vallendar.



GILLES RHEINSCHIFFFAHRT

Familie Gilles Vallendar

Seit über 100 Jahren bietet Gilles Rheinschifffahrten unvergessliche Erlebnisse auf Rhein und Mosel. Mit vier Schiffen und einer Fähre erkunden die Gäste die beeindruckende Landschaft des UNESCO-Welterbes Oberes Mittelrhein-



Neben dem Hauptbetrieb in den warmen Monaten zieht der gemütliche Rheinstadl auf dem Schiff seit vier Jahren auch in den Wintermonaten viele Gäste an.

» Schifffahrt liegt uns im Blut. «



tal und die malerische Moselregion. Ob Rund-, Tages- oder Eventfahrten – jede Tour verspricht einzigartige Ausblicke, herzliche Gastfreundschaft und spannende Momente auf dem Wasser. Das Familienunternehmen wird in der fünften Generation von den Brüdern Dennis, Sven und Marc Gilles gemeinsam mit ihrem Vater Werner geführt. „Schifffahrt liegt uns im Blut, es war für uns selbstverständlich, das Unternehmen weiterzuführen. Zudem macht die Arbeit mit meinen Brüdern viel Spaß – jeder packt überall mit an, ob als Schiffsführer, Matrose oder an der Theke“, erzählt Marc Gilles. Die Abwechslung macht den Job zur Berufung. Dass sich die Gäste wohlfühlen und die Region vom Wasser aus genießen, ist der Familie eine Herzensangelegenheit. Hauptsaison ist von Ostern bis Oktober mit täglichen Fahrten und Highlights wie „Rhein in Flammen“, den „Kölner Lichtern“ oder Charterfahrten. Auch im Winter bleibt das Unternehmen aktiv: Seit 2021 wird das Schiff Stadt Vallendar zur urigen Stadl-Location mit rustikalem Flair, deftiger bayerischer Küche und gemütlicher Atmosphäre.

MAGIC BIKE RÜDESHEIM

Buddies and Bikes e.V. Rüdesheim

Seit 2002 verwandelt sich Rüdesheim am Rhein alljährlich im Sommer in ein Mekka für Motorradbegeisterte: Das Event Magic Bike Rüdesheim begeistert tausende Besucher mit Motorradkultur, Rockmusik und der Kulisse des UNESCO-Welterbes Oberes Mittelrheintal. Die Gesichter der Magic Bike sind Vera und Bernhard Jung, die mit ihren vier langjährigen Partnern den Verein Buddies and Bikes e.V. gegründet haben.

Was klein begann, lockt heute rund 30.000 Besucher und bis zu 5.000 Motorräder nach Rüdesheim. Das viertägige Festival vom 19. bis 22. Juni 2025 bietet über 30 Live-Bands, geführte Ausfahrten am Rhein entlang, kostenlose Harley-Davidson-Testfahrten und eine beeindruckende Motorradparade mit bis zu 3.000 Bikes. Die Atmosphäre erinnert an ein großes Rockfestival – ein friedliches Miteinander, familiäre Stimmung und

» Von den Bikern wird VELTINS super mitgetragen. «



beeindruckende Maschinen. Viele Besucher verbinden das Event mit einem Kurzurlaub, um das Mittelrheintal und seine kurvenreichen Strecken zu genießen. „Von den Bikern wird unser Bierpartner super mitgetragen und geschätzt“, so Bernhard Jung. „Wir wollten eine Biermarke mit nationaler Bedeutung, die unsere Gäste kennen und mögen.“ Vera Jung ergänzt: „Wir sind keine Gastronomie-Profis, sondern auf die Expertise von VELTINS angewiesen, und schätzen die langjährige Partnerschaft sehr.“ Die Magic Bike Rüdesheim ist ein Fest der Gemeinschaft, der Musik und der Leidenschaft fürs Biken, weiß Vera Jung: „Es ist wie ein Familientreffen, neue und alte Freunde sind ebenso willkommen wie alle Interessierten.“ →

Bernhard und Vera Jung mit VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Marcel Tech und VELTINS-Verkaufsleiter Gastronomie André Becks vor der historischen Brömserburg – einem der Veranstaltungsorte der Magic Bike Rüdesheim.



Das Team hinter dem Verein Buddies and Bikes e.V. (v. l. n. r.): Bernhard Jung, Vera Jung, Marianne Giesen, Tobias Geller und Friedhelm Giesen. Es fehlt: Stefan Dries. Die Magic Bike Rüdesheim zieht Jahr für Jahr tausende Biker und Besucher an.



Das denkmalgeschützte Hotel Jagdschloss Niederwald besticht durch sein stilvolles Ambiente mit Herz.

HOTEL JAGDSCHLOSS NIEDERWALD

Ursula Klaus-Müller
Rüdesheim

Hoch über Rüdesheim, umgeben von dichten Wäldern und malerischen Weinbergen, liegt das Hotel Jagdschloss Niederwald – ein Rückzugsort voller Geschichte und Charme. 1764 als Jagdschloss der Grafen von Ostein erbaut, diente es später als Adelssitz, Lazarett und Tagungsort der berühmten „Niederwaldkonferenz“ 1948, bevor es nach dem Krieg zum Hotel umgebaut und unter Denkmalschutz gestellt wurde. Seit 25 Jahren führt Ursula Klaus-Müller das Hotel mit Leidenschaft. „Ich habe mich sofort in diesen Ort verliebt“, erinnert sie sich. Als gelernte Ho-



VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Maik Flach (l.) mit Ursula Klaus-Müller und VELTINS-Verkaufsleiter Gastronomie André Becks im stilvoll eingerichteten Restaurant mit weitem Blick ins Grüne.

» Ich habe mich in diesen Ort sofort verliebt. «



ausprobieren, wenn man rundum zufrieden ist?“ Mit seiner einzigartigen Lage, historischen Atmosphäre und herzlicher Gastlichkeit ist das Hotel Jagdschloss Niederwald ein Juwel – und ein Ort, an den Gäste immer gerne zurückkehren. ●



Im Juli 1948 fand im „Grünen Salon“ unter Beteiligung von Konrad Adenauer und den Länderchefs die „Niederwald-Konferenz“ statt, auf der die Grundlage für das heutige Grundgesetz gelegt wurde.

FRISCHES VELTINS IN DER REGION MITTELHEIN

FRAMES HOTEL

Am Guten Mann 2
56218 Mülheim-Kärlich

FOOD HOTEL NEUWIED

Langendorfer Straße 157
56564 Neuwied

LORELEY FREILICHTBÜHNE

Auf der Loreley 9
56348 Bornich

GILLES RHEINSCHIFFFAHRT

Willy-Brandt-Ufer
56179 Vallendar

MAGIC BIKE RÜDESHEIM

Rheinstraße 3
65385 Rüdesheim am Rhein

HOTEL JAGDSCHLOSS NIEDERWALD

Jagdschloss Niederwald 1
65385 Rüdesheim am Rhein

VIelfalt, die auf social media erlebbar ist

An der Brauerei C. & A. VELTINS führt in den sozialen Medien kein Weg vorbei. Sie ist mit all ihren Marken präsent: Ob auf den Accounts der Dachmarke VELTINS, V+, Grevensteiner, Pülleken, Helles Lager oder Fassbrause – überall gibt es Neues zu entdecken.



Social Media erzählt Geschichten – für jede Marke in der passenden Bildsprache und Charakteristik. Nur so gelingt eine glaubwürdige Zielgruppenansprache.

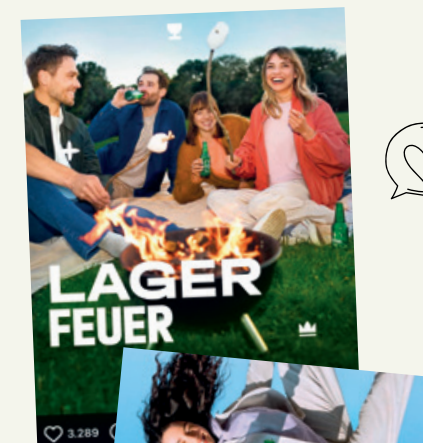
Jede Marke hat dabei ihren eigenen Stil und Auftritt. Und das aus gutem Grund: Jede Marke der Brauerei hat ihren eigenen Charakter, ihre eigene Zielgruppe und eine besondere Ge-



Mit dem Biermix V+ wird eine jüngere, probierfreudige Community angesprochen.

schichte zu erzählen. Während VELTINS als Traditionsmarke für feineren Pils-Genuss steht, spricht V+ mit seinen Biermix-Varianten eine junge, experimentierfreudige Community an. Grevensteiner weckt mit seinem Landbier nostalgische Gefühle und spricht Liebhaber ursprünglicher Braukunst an. Pülleken hingegen verkörpert Leichtigkeit und Geselligkeit, während Helles Lager für milden Geschmack und moderne Brautradition steht. Und für alle, die eine erfrischende Alternative ohne Alkohol suchen, bietet Fassbrause fruchtig-spritzigen Genuss. Über individuelle Social-Media-Kanäle spricht jede Marke genau die Menschen an, die zu ihr passen – mit maßgeschneiderten Inhalten, passender Bildsprache und gezielten Aktionen. So entsteht eine lebendige Markenwelt, in der Fans nicht nur Informationen, sondern auch Unterhaltung und Austausch finden.

Und wie sieht das in der Praxis aus? Auf dieser Seite sind einige Highlights aus den Social-Media-Auftritten der VELTINS-Marken zu sehen! ●



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



... und natürlich auch bei Facebook:



HANDELS-AKTIONEN

IMPULSE SCHAFFEN, **ABSATZTURBO ZÜNDEN**

Der Handel wünscht Verkaufsimpulse – das VELTINS-Markenportfolio sorgt dafür: Im Fokus steht die VELTINS Megachance als verbraucherbekannte Major-Promotion. Auch darüber hinaus bietet die Brauerei C. & A. VELTINS Möglichkeiten an, damit sich der Absatz im Handel dreht!

www.veltins.de #promotion



In direkter Kundenansprache werden erste, wichtige Probierkontakte geschaffen.

„Vkf-Maßnahmen sind im Lebensmittel-einzelhandel und im Getränkemarkt für das Segment Bier und Biermix immer eine gute Möglichkeit, den Absatz der Handelspartner zusätzlich anzukurbeln und somit auch die Abverkäufe der einzelnen Outlets zu steigern“, so Dr. Volker Kuhl. Impulskäufe finden vor allem durch derartige Platzierungen statt. •

So kann die Marke VELTINS insbesondere in den Frühlings- und Sommermonaten im Rahmen der VELTINS Megachance in den Fokus gerückt werden. Die markentypisch gestalteten Handelsaufsteller setzen Akzente an Paletten, Displays oder Regalstellplätzen.

Die Marke helles Pülleken kommt wie gewohnt mit einem sympathischen Augenzwinkern daher. Immer mit von der Partie sind die drei Männchen, die das Leben und sich selbst nicht allzu ernst nehmen. Humorvolle Aufsteller können von Paletten und Kästen umrahmt werden, Displays erhalten einen kreativen Mantel, während Deckenhänger, Regalstreifen und Kastenstecker schon von Weitem für Blickfangwirkung sorgen. Die Dose kann durch eine Dosenschütte oder einen aufmerksamkeitsstarken Displaysockel, weitere Abverkaufsimpulse generieren. Bei größeren Sonderaufbauten können diverse Komponenten miteinander verknüpft werden.



Die Marke Pülleken kann am PoS aufmerksamkeitsstark platziert werden. Gern sind die drei Protagonisten vom Etikett mit von der Partie.

Besondere Produktnähe schafft dieses Jahr VELTINS Helles Lager durch eine Promotionaktion im Handel. „Die direkte Kundenansprache mit Promotionteams sorgt für attraktive Probierkontakte. Neben einer ansprechenden Platzierung steigert insbesondere der persönliche Kontakt zum Kunden den Verkauf im Markt“, so Dr. Volker Kuhl.

Überdies gibt es für Helles Lager neue Aufsteller, die in der Form so bisher für keine andere Marke der Brauerei C. & A. VELTINS präsentiert wurde. Darunter fällt beispielsweise ein Kühlschrank-Aufsteller, der eine verblüffende Ähnlichkeit zu einem echten Kühlschrank hat und durch seine Bemaßung auch in Bereichen mit weniger Platz integriert werden kann.



Der neue Kühlschrank-Aufsteller für Helles Lager hat eine verblüffende Ähnlichkeit zu einem echten Kühlschrank und zieht die Blicke auf sich.

Zusätzliche Verkaufsofferten sind Garanten für Zusatzabsätze. Klassische Möglichkeiten der Verkaufsförderung ergeben sich durch Zweitplatzierungen mit Displayware, die Dosen und Sixpacks mitnahmefähig präsentiert. Diese können selbstverständlich mit den unterschiedlichsten Werbemitteln in Szene gesetzt werden: Plakate, Aufsteller, Deckenhänger und vieles mehr. Darüber hinaus ziehen Marken und Produkte immer wieder durch größere Aufbauten die Aufmerksamkeit der Shopper auf sich. „Diese Präsentationen dazu können anlassbezogen sein oder auf Gewinnspiele oder Aktionen einzahlen – je nach Marke, die forciert werden soll, aber auch abhängig vom verfügbaren Platz“, so Dr. Volker Kuhl, Sprecher der Geschäftsführung der Brauerei C. & A. VELTINS.

» Vkf-Maßnahmen sind eine gute Möglichkeit, den Absatz der Handelspartner zusätzlich anzukurbeln und somit auch die Abverkäufe der einzelnen Outlets zu steigern. «

Dr. Volker Kuhl
Sprecher der Geschäftsführung,
Brauerei C. & A. VELTINS



Jung und engagiert:
Hopfenkönigin aus Leidenschaft

Eva-Maria Pichlmeyer repräsentiert die Hallertau

Eva-Maria Pichlmeyer ist die amtierende Hopfenkönigin 2024/25 – mit ihrer Leidenschaft sowie fachlichem Know-how rund um den Hopfen hat sie die Hopfenpflanze überzeugt. Sie vertritt und repräsentiert die Region und die Hallertauer Hopfenpflanze nun ein Jahr lang in Deutschland, aber auch international.

www.veltins.de #hopfenkönigin

Die Freude über die erfolgreiche Wahl ist auch bei der Brauerei C. & A. VELTINS groß, denn der Hopfenbaubetrieb Pichlmeyer ist seit Jahrzehnten Garant für den Anbau der verschiedenen Hopfensorten für die VELTINS-Markenwelten, gleichzeitig aber auch zuständig für die Qualitätsbeurteilung, Bewertung und Weiterentwicklung des geschmacksbringenden Rohstoffs. Für die Wahl zur amtierenden Hopfenkönigin gelten zwei Voraussetzungen: Die Bewerberin muss aus einem aktiven Hopfenbetrieb kommen und zudem volljährig sein. Die heute 22-jährige Eva-Maria Pichlmeyer lebt auf dem Hof ihrer Eltern Marion und Karl; von Kindesbeinen an wurde ihr der Hopfen immer positiv vermittelt und die Leidenschaft zum „grünen Gold“ aus der Hal-



Zur Erntezeit hilft jeder mit: Eva-Maria Pichlmeyer kümmert sich nach dem Pflücken der Hopfendolden um die Darre. Hier werden die gereinigten Dolden getrocknet.

» Ich mag es einfach sehr und außerdem ist unser Hopfen drin. «

Eva-Maria Pichlmeyer über ihr Lieblingsbier helles Pülleken



lertau war früh geweckt. Sie überzeugte die Hopfenbauer des Verbandes schnell mit einer leidenschaftlichen Ansprache und einem Bewerbungs-Video, welches Eva-Maria als Tochter eines Hopfenhofs, Freundin oder Studentin zeigt. Beim Treffen mit Freunden im Bild zu sehen ist stets ihr Lieblingsbier helles Pülleken. „Ich mag es einfach sehr und außerdem ist unser Hopfen drin“, schmunzelt Eva-Maria Pichlmeyer. Nach der Wahl war die Begeisterung groß: „Hopfenkönigin zu sein bedeutet mir sehr viel“, strahlt Eva-Maria, „in diesem Amt darf ich unsere Region auf zahlreichen Veranstaltungen vertreten. Ich finde es sehr wichtig, dass ich darüber hinaus auch fachlich viel zum Thema sagen kann.“ Und das kann sie, nicht zuletzt wegen ihres erfolgreichen Agribusiness-Studiums an der Hochschule Weihenstephan. Zu den Highlights im vollen Terminkalender als Hopfenkönigin gehörte sicherlich der offizielle Besuch der „Grünen Woche“ in Berlin oder der Trachten- und Schützen-

zug zum Oktoberfest in München, bei dem sie mit der bayerischen Bierkönigin in der Kutsche fuhr. „Ohne meine Familie und meine Freunde wäre das alles kaum zu stemmen“, berichtet Eva-Maria Pichlmeyer.

ZUSAMMENARBEIT MIT VELTINS SEIT MEHR ALS 30 JAHREN

Seit jeher setzt VELTINS beim Brauen der verschiedenen Bier-Spezialitäten auf das „grüne Gold“ aus der Hallertau. Nur die beste Qualität aus den Hopfengärten zwischen Freising, Ingolstadt, Regensburg und Landshut erreichen die Grevensteiner Sudkessel. Der elterliche Hopfenhof von Marion und Karl Pichlmeyer aus Grafendorf ist für die Beratung und für die Qualitätsbeurteilung des Hopfens verantwortlich, denn genau wie ihr Vater Jakob Schauer vor ihr, ist Marion Pichlmeyer als VELTINS-Mitarbeiterin für die Bewertung jedes Hopfens verantwortlich, den VELTINS verwendet. Seit mehr als 30 Jahren ist auf den Familienbetrieb Pichlmeyer Verlass. Aus gutem Grund, denn hier wird immer ein Auge auf die Pflanzen geworfen, vom Anfang bis hin zur Ernte, und das be-

reits in sechster Familiengeneration. VELTINS weiß die enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Familie Schauer und Pichlmeyer sehr zu schätzen, denn der Hopfen bringt den unverwechselbaren Geschmack ins Pilsener, ins Grevensteiner, ins Pülleken. Darum ist die Leidenschaft für das „grüne Gold“ der Hallertau so wichtig. VELTINS achtet seit jeher auf die Qualität des Rohstoffs Hopfen, der ja schon im Reinheitsgebot von 1516 seine Verankerung findet.



Familie Pichlmeyer führt in sechster Generation den Hopfenhof in Grafendorf – Marion und Karl Pichlmeyer mit ihren Kindern Eva-Maria und Jakob sorgen täglich für beste Hopfenqualität.

Eva-Maria Pichlmeyer ist die amtierende Hopfenkönigin 2024/2025. Mit großer Leidenschaft und fachlichem Know-how repräsentiert sie die Hopfenpflanze der Hallertau – darauf darf sie zu Recht stolz sein!

UNVERWECHSELBARER DUFT IN DER ERNTEZEIT

Die Leidenschaft für den Rohstoff Hopfen erkennt man vor allem im Spätsommer: Die Hopfengärten reihen sich aneinander, die Pflanzen ranken sich in die Höhe. Ihre Faszination entfalten die großen Hopfenfelder und die eigenwillig geformten Dolden mit ihrem unverwechselbaren Duft gerade zur Erntezeit, wenn der Hopfen sieben Meter in die Höhe rankt. Ab Ende August fahren die Hopfenpflückmaschinen durch die Gärten und pflücken die langen Reben Reihe für Reihe. Auf dem Hof Pichlmeyer werden die Reben von Hand in Maschinen gehängt – sie trennen die Dolden verlässlich von den Reben und dem übrigen Blattwerk. Danach lassen die Hopfenbauer Sorgfalt in der erntefrischen Verarbeitung walten. Nach verschiedenen Reinigungsstufen gelangen die Dolden, die nach der Ernte einen noch zu hohen Wassergehalt aufweisen, in große Darren. Sie erinnern auf den ersten Blick an überdimensionale Schubladen, helfen aber dank der Hitze den Restwassergehalt auf zehn Prozent zu reduzieren. Gerade jene erwünschten Bestandteile wie Öle und Harze neigen dazu, sich rasch zu verflüchtigen. Würde frisch geernteter Hopfen nicht sofort nach der Pflückung schonend auf den Darren getrocknet, hätte er rasch einen Großteil seiner aromatischen Fülle verloren. Wenn das geschehen ist, sind die Dolden endlich fertig und können im Kühllager gut geschützt auf ihre Weiterverarbeitung zu Pellets warten. Erntefrisch versteht sich. •





Um die 80 Stunden hatte Friedhelm Gierse in seinem Modellbau-Keller verbracht, um die Brauerei C. & A. Veltins im Maßstab 1:87 nachzubauen. Nun fehlt nur noch etwas Farbe.

MEISTERWERK IN 1:87 WIE EINE BRAUEREI IM MODELL ENTSTEHT

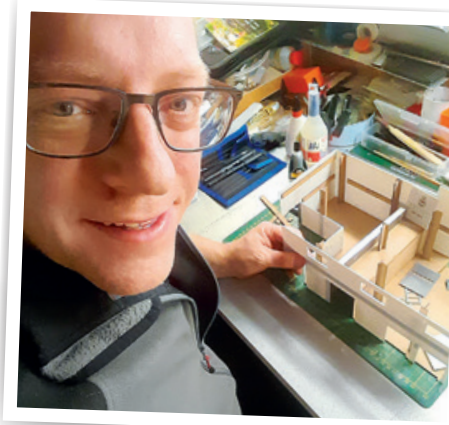
Mit Liebe zum Detail: Der Bausatz der Brauerei C. & A. Veltins im Maßstab 1:87 war für die Modellbaufreunde eine Herausforderung. Immerhin 1.000 Teile breiteten sich beim Öffnen des Faller-Bausatzes auf dem Arbeitstisch aus.

Von der vier Millimeter großen Flasche bis zur 15 Zentimeter hohen Fassadenplatte. Die Modellbauer konnten nach der mehrwöchigen Bauzeit ein Lied davon singen, was Detailreichtum in 87-facher Miniaturisierung bedeutet. „Mein Vater sitzt jede freie Minute daran. Aber bei den vielen winzigen Teilen ist es manchmal zum Verzweifeln“, schmunzelte Petra Gierse, die die Bastelarbeiten ihres Vater Friedhelm Gierse begleitete. Besonders die Aufgabe, sage und schreibe 108 Miniatur-Bierflaschen zusammenzukleben, hat seine Geduld auf die Probe gestellt. „Eine Flasche ist mir runtergefallen – die finde ich nie



Es läuft rund – der Blick in die Veltins-Flaschenabfüllung in miniature: Die Bänder drehen sich dank verstecktem Motor auch in der 87-fachen Verkleinerung.

wieder! Die ist fast kleiner als ein Stecknadelkopf“, berichtete Friedhelm Gierse mit einem sinnfälligen Schulterzucken. Wo gehobelt wird, fallen eben Späne. Und tatsächlich sah es auf den Arbeitstischen der Modellbauer nach Detailarbeit aus – die zahlreichen Feinwerkzeuge sprachen die klare Sprache des filigranen Handwerks. Um die kniffligen Arbeiten zu erleichtern, hatte sich der Modellbaubegeisterte extra neues Werkzeug angeschafft, darunter eine feine Pinzette, ein Bastelmesser und einen speziellen Bausatzkleber mit präziser Dosierspitze. „Das richtige Werkzeug macht einen riesigen Unterschied“, erklärt er und freut sich, dass der modellbauerische Fortschritt damit für

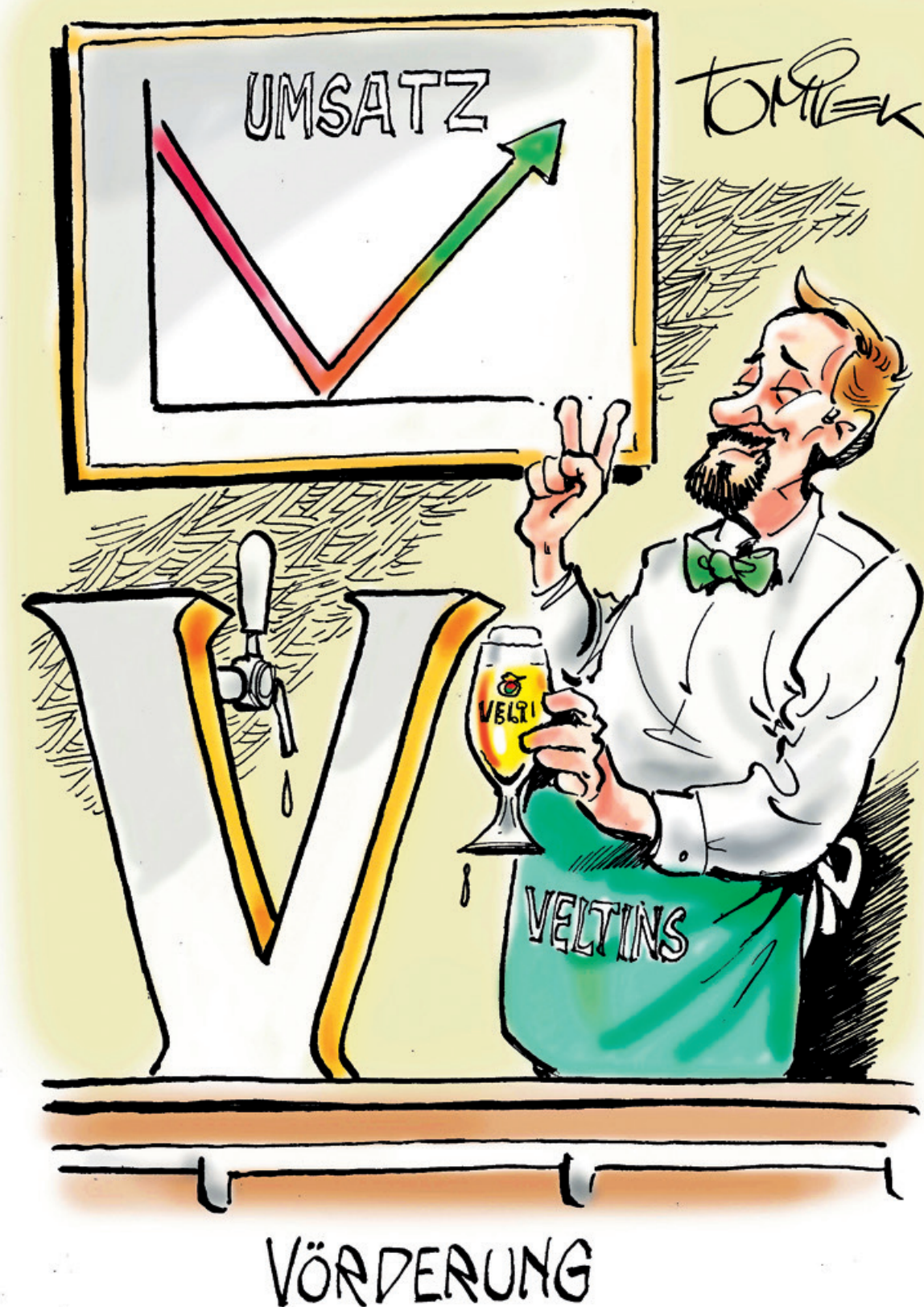


Mit viel Fingerspitzengefühl und Liebe zum Detail baut auch Hendrik Wibbeke die 1.000 Einzelteile des Veltins-Bausatzes zusammen.

jeden sichtbar deutlich leichter von der Hand geht. Die Modellbau-Leidenschaft von Friedhelm Gierse wurde mit dem Faller-Bausatz der Brauerei C. & A. Veltins neu entfacht. „Ich konnte dabei richtig abschalten. Es ist total entspannend“, so Gierse. Das Modell wurde 2023 von den in Modelleisenbahner-Kreisen wohl bekannten Bausatzhersteller Faller konzipiert. Eine Konstrukteurin war aus dem Schwarzwald eigens nach Grevenstein gekommen, um die Brauerei in ihren wesentlichen Gebäudeelementen zu erfassen. Vorne links das Sudhaus, in der Mitte der hochragende Gär- und Lagertankbereich, rechts daneben die Abfüllanlage. Rechtzeitig zum 200-jährigen Veltins-Jubiläum wurde der Bausatz fertig. Und die Modellbauer landauf, landab sind begeistert. Aus gutem Grund: Im Maßstab 1:87 wurden in den letzten sieben Jahrzehnten gerade einmal fünf Brauereien miniaturisiert – das Veltins-Modell ist die erste Braustätte in moderner Optik. ●



Der Blick durchs große Sudhaus-Fenster lässt die Sudpfannen und die Brauer im grünen Overall erkennen. Nachts ist das Modell-Sudhaus sogar beleuchtet.



VÖRDERUNG

DEIN SOMMER-MIX

#Summer
ToGo



VELTINS