



Dynamischer Aufwärtstrend gegen Marktentwicklung

Halbjahreserfolg: Veltins wächst mit Pils, Pülleken und Lager

- **Ausstoßzuwachs um 2,3% zeigt Sortimentsperformance**
- **Verbraucher honorieren Produkt-Marken-Konzepte**
- **Januar und Mai waren historisch ausstoßstärkste Monate**

Die Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, hat im ersten Halbjahr 2025 ihren soliden Wachstumskurs fortgesetzt und mit einem Gesamtausstoß von 1,78 Mio. hl um 2,3% dynamisch zugelegt. Während der deutsche Biermarkt in den ersten sechs Monaten deutlich an Volumen verlor, zeigte sich die Privatbrauerei von der Marktentwicklung unbeeindruckt und stellte erneut unter Beweis, dass sich auch in einem schrumpfenden Branchenumfeld Absatzimpulse erzielen lassen. „Die Verbraucher wissen das traditionelle Veltins Pilsener zu schätzen und honorieren die innovativen Produkt-Marken-Konzepte von Pülleken und Lager“, bilanzierte Dr. Volker Kuhl, Sprecher der Geschäftsführung der Brauerei C. & A. Veltins. Die Stamm-Marke Veltins legte über alle Sorten um 2,9% zu. Dabei glich das erfreulich wachsende Flaschenbiergeschäft (+3,6%) die Verluste im gastronomischen Fassbiergeschäft (-5,1%) aus. Das Pülleken als Sortenliebling der Verbraucher im Hellbiersegment konnte angesichts der großen Marktnachfrage mit 188.100 hl sogar 4,9% mehr absetzen. „Wir sind mit einem günstigen Rückenwind unterwegs und können dem starken Wettbewerbsdruck in den unterschiedlichen Sortensegmenten wirkungsvoll Paroli bieten“, so Dr. Kuhl.

Absatzimpulse, kontinuierliche Sortimentspflege und Vertriebsarbeit

Insgesamt gestalteten sich die ersten sechs Monate für die sauerländische Familienbrauerei erfreulich. Während in der nationalen Brauwirtschaft die ersten sechs Monate mit gebremstem Schaum verliefen, konnte die Brauerei C. & A. Veltins schon im ersten Quartal deutlich über dem Vorjahr abschneiden. „Bereits bis Ostern bilanzierten wir Mehrverkäufe, die über Wettbe-



werbsniveau lagen“, sagte Dr. Volker Kuhl bei der Vorstellung der Halbjahreszahlen. Die Verbraucher hätten trotz eines unverändert schwierigen Konsumumfeldes das Veltins-Sortenportfolio mit zusätzlichem Abverkauf goutiert. Das eigentlich warme und kontinuierlich „biertaugliche“ Frühjahrswetter hatte – anders als sonst üblich – der Brauwirtschaft diesmal nicht geholfen und im Biermarkt bis Ende Mai ein nationales Marktminus um -6,8% verursacht. Anders bei Veltins. „Auf das Veltins-Wachstum hat die kontinuierliche Sortimentspflege mit einem verbraucherattraktiven Markenportfolio bei gleichzeitig verlässlicher Vertriebsarbeit eingezahlt“, resümierte Rainer Emig, Geschäftsführer Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins. Tatsächlich waren es in der Brauerei turbulente Wochen, sodass am Stammsitz nicht nur rund um die Uhr gebraut, abgefüllt und verladen wurde, sondern die Logistikkapazität nachfragegerecht sogar noch ausgeweitet wurde. So erreichte die Privatbrauerei die historisch stärksten Absatzmonate bereits im Januar und dann noch einmal im Mai.

Erfolgsgarant Pülleken erzielt 2025 rund 10% vom Gesamtausstoß

Die Marke V+ steuerte im ersten Halbjahr 170.260 hl (-5,1%) zum Ergebnis bei, während das Fassbrause-Sortiment um immerhin 29,6% auf 68.280 hl zulegen. Die Spezialitätenmarke Grevensteiner konnte sich der negativen Sortenentwicklung im nationalen Biermarkt nicht verschließen und erreichte 57.400 hl (-16,3%). Erfolgsgarant war das Pülleken, das zum Halbjahr bereits einen respektablen Anteil von rund 10% am Gesamtausstoß erreichen konnte. Mit 188.100 hl legte das 2020 vorgestellte Pülleken um 4,9% zu. Das Helle der Sauerländer Traditionsbrauer, das im Sortenranking national auf Platz drei und NRW-weit Marktführer ist, erhält in diesen Monaten Naturradler-Verstärkung. „Der Handel war vom Zitronen ebenso überrascht wie die Verbraucher, weil es erstmals gelungen ist, zur Line-Extension eine neue Marke zu schaffen und damit auf die optische Kraft der Alleinstellung zu setzen“, so Rainer Emig. Rund 93% aller Gebinde wurden in Mehrweggebinden bereitgestellt. Der Halbliterkasten bei Veltins wuchs um 5,6%, der Drittelliterkasten um 0,6%. Dr. Volker Kuhl: „Für uns ist diese Entwicklung ein nachhaltiges Signal für Markenstärke und Marktverankerung!“



Gastronomie macht kreativen Existenzgründern Mut

Der gastronomische Markt nahm im ersten Halbjahr eine ambivalente Entwicklung. „Viele Betriebe geben oft aus Nachfolgegründen, manchmal auch aus wirtschaftlichen Erfordernissen, auf, während neue Betreiber die Gunst der Stunde nutzen“, sagte Dr. Kuhl. Hinzu komme, dass sich das Personalproblem in vielen Regionen entspannt habe und das politische Momentum der bundespolitischen Unterstützung greife. „Die angekündigte Mehrwertsteuersenkung auf Speisen auf 7 % wird der Gastronomie zweifellos zur Jahreswende eine Entlastung bringen, die den Betrieben helfen kann“, so Dr. Kuhl.

Alkoholfreie Biere gleichen Sortenverluste nur zu einem Drittel aus

Der Marktdruck in der Brauwirtschaft hat aufgrund einbrechender Volumina erneut deutlich zugenommen. „Deutschlands Brauer sind gut beraten, frühzeitig mit eigenen Ideen ihr Haus und ihr Sortiment gut aufzustellen“, empfahl Rainer Emig, Geschäftsführer Vertrieb. Allerdings sei gerade der vielfach apostrophierte Wachstumsmarkt der alkoholfreien Biere so schwierig wie nie zuvor. Angesichts zahlreicher Neuprodukte gibt es kein anderes Sortensegment in dieser Größenordnung mit höherer Wettbewerbsintensität. 2024 gelang es alkoholfreien Bieren im Handel lediglich zu 36% die Marktverluste der alkoholhaltigen Sorten auszugleichen – zu wenig, um Entlastung zu schaffen. „Alkoholfreie Biere sind allenfalls ein Pflaster, das die Schmerzen lindert, ein Retter der strukturellen Krise der Brauwirtschaft sind sie nicht“, so Rainer Emig. Es besteht kein Zweifel daran, dass die Brauwirtschaft in den nächsten Jahren vor großen Veränderungen steht. Klimaneutralität und Energiewende werden erhebliche Investitionen erfordern – und das in vielen Betrieben bei zusehends schwindender Liquidität. Die Brauerei C. & A. Veltins stellt in den nächsten zehn Jahren allein für die energetische Transformation Investitionen in hoher zweistelliger Millionenhöhe bereit.

Ansprechpartner

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

Weitere Informationen der Brauerei C. & A. VELTINS im Internet verfügbar:

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