



Brauwirtschaft verliert – Veltins legt leicht zu

Mit attraktiven Marken und solider Performance stärkt sich Veltins in der Biermarktkrise

- **Sortenliebling Pülleken wächst um 13,6 %**
- **Veltins Pils steht für zwei Drittel des Ausstoßes**
- **Privatbrauerei hält Gastro-Stammgeschäft die Treue**

Die Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, verbesserte im Geschäftsjahr 2025 ihren Ausstoß auf 3.369.000 hl (+0,3 %) und zeigte sich angesichts der stabilen Performance unbeeindruckt vom konsumbedingt schwächelnden Biermarkt. „Gerade in einer schwierigen konjunkturellen Marktphase weiß der Verbraucher starke Marken als verlässliche Wegbegleiter zu schätzen“, sagte Dr. Volker Kuhl, Sprecher der Geschäftsführung der Brauerei C. & A. Veltins, bei der Vorstellung der Geschäftszahlen. Auch beim Umsatz legte die Familienbrauerei zu und erreichte ein Ergebnis von 461 Mio. Euro (+0,4 %). Wachstumszugpferd innerhalb des breit aufgestellten Sortenportfolios war die Marke Pülleken, die um 13,6 % zulegte. Auch die alkoholfreien Produkte entwickelten sich mit Zuwächsen von 10,4 % dynamisch.

Verbraucherattraktives Sortiment trägt spürbare Früchte

Während der deutsche Biermarkt 2025 mit rund fünf Millionen Hektolitern innerhalb eines Jahres so viel Menge verlor wie seit 75 Jahren nicht mehr, entzog sich die Brauerei C. & A. Veltins dieser dramatischen Marktentwicklung und schloss das Geschäftsjahr mit einem leichten Zugewinn deutlich über Markt- und Wettbewerbsniveau ab. „Unsere Investitionen in ein breites, verbraucherattraktives Sortiment tragen spürbare Früchte, denn die ergänzenden Marken können heute Mengeneinbußen im Stammgeschäft exzellent ausgleichen“, so Dr. Volker Kuhl. Die Marke Veltins Pils erreichte einen Gesamtausstoß von 2,32 Mio. hl (-1,8 %) und steuert heute zwei Drittel zum Gesamtabsatz der sauerländischen Privatbrauerei bei. Der nationale Marktanteil wuchs auf 6,6 %, während er im Heimatmarkt Nordrhein-Westfalen auf 14,1 % hochschnellte und damit Platz zwei markiert.



Fassbiergeschäft mit 443.900 hl weiter auf Kurs

Das helle Pülleken und das zugehörige Naturradler Zitronken bauten ihre Position als Sortenlieblinge der Verbraucher im Hellbiersegment weiter aus. Angesichts der großen Marktnachfrage gelang es 2025, mit 373.600 hl immerhin 13,6 % mehr abzusetzen. Das helle Pülleken reklamiert im wachsenden Sortensegment der Hellbiere unverändert Platz drei für sich; in NRW ist die junge Marke im Handel weiterhin Marktführer. „Die Hälfte aller hellen Biere zwischen Rhein und Weser geht heute als helles Pülleken zum Durst“, so Dr. Volker Kuhl. Mit der Einführung von Veltins Helles Lager rief die Familienbrauerei bereits 2024 einen Sortenneuanfang aus und verstärkte das Marktengagement 2025 im ersten vollständigen Geschäftsjahr. Das mild-süffige Lagerbier mit internationaler Reputation bilanzierte 49.000 hl. Die Spezialitätenmarke Grevensteiner konnte sich aufgrund des Sparbemühens der Verbraucher der verlustreichen Sortenentwicklung im nationalen Biermarkt nicht entziehen, trug aber 111.700 hl (-13,5 %) zum Ergebnis bei. Freude bereitete das alkoholfreie Segment mit den Veltins Fassbrausen sowie den alkoholfreien Bieren und Radlern, das auf 241.300 hl anwuchs und damit um 10,4 % zulegte. Das Fassbiergeschäft erreichte 443.900 hl. „Damit sind wir angesichts der Rahmenbedingungen im Vertriebskanal von Gastronomie und Events weiter auf Kurs“, so Rainer Emig, Geschäftsführer Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins.

Überraschung: V+ Saure Zungen Cherry und Pülleken Alkoholfrei

Im Segment der innovativen Biermixe steuerte die Marke V+ im zurückliegenden Geschäftsjahr 269.500 hl (-5,5 %) zum Ergebnis bei und ist auch 2026 für eine Überraschung gut. Rainer Emig kündigte im 25. Jahr der V+-Marktaktivitäten die neue Sorte V+ Saure Zungen Cherry an. Sie erscheint rechtzeitig zum Frühsommer. „Wir haben den Anspruch, mit V+ gerade bei den Verwendern der jungen Erwachsenen neue, einprägsame Geschmackserlebnisse zu schaffen – das gehört zur DNA von V+ dazu.“ Als weiteres Produkt kommt 2026 das Pülleken als alkoholfreie Variante hinzu. Überdies sind saisonale Fassbrause-Sorten in Vorbereitung. Seit Jahresbeginn ist die Marke Karamalz vollumfänglich in die Produktions- und Vertriebsabläufe integriert, sodass die gesamte Produktpalette ab Rampe Grevenstein verfügbar ist. „Wir halten die Taktzahl von Produkteinführungen hoch, führen jedes Produkt aber mit Augenmaß in den Markt ein“, ergänzte der Vertriebsgeschäftsführer. Die Brauerei C. & A. Veltins stehe für



genussvolle Produkte und mache in dieser Frage keinerlei Zugeständnisse.

92 % aller Gebinde sind als Mehrweg unterwegs

„Mit Weitsicht und Beharrlichkeit gelang es dank zunehmender Innovationskraft und Marktdurchdringung, die Konsum- und Branchenveränderungen in Handel und Gastronomie mitzugestalten“, so Dr. Volker Kuhl. Rund 92 % aller Gebinde wurden in Mehrweggebinden bereitgestellt. Im Gebindemix liegen der Flaschenanteil bei 79,2 %, der Fassbieranteil bei 13,2 % und der Dosenanteil bei 7,6 %. Für die Brauerei C. & A. Veltins ist das ein klares Bekenntnis zur traditionellen Mehrwegorientierung und ein nachhaltiges Signal für Markenstärke und Marktverankerung. So erhöhte sich der Veltins-Bierausstoß seit Beginn des Jahrzehnts um etwa 25 %, während der deutsche Biermarkt im selben Zeitraum nahezu 11 % an Menge verlor. Die werthaltige Premium-Positionierung konnte trotz erneut erhöhter Wettbewerbsintensität nachhaltig zementiert werden, um im kontinuierlichen Geschäftsverlauf qualitative Wachstumssignale in den Markt zu senden. Die Zahl der Beschäftigten erhöhte sich seit Jahrzehntbeginn um 64 Arbeitskräfte auf 754.

Brauwirtschaft vor tiefgreifendem Strukturprozess

Anders als für weite Bereiche der Brauwirtschaft gestaltete sich das Geschäftsjahr 2025 für die sauerländische Familienbrauerei erfreulich. Während in der nationalen Brauwirtschaft die Geschäfte mit deutlich gebremstem Schaum verliefen, konnte die Brauerei C. & A. Veltins schon im ersten Halbjahr über dem Vorjahr abschneiden. Rainer Emig: „Die Verbraucher hatten trotz eines unverändert schwierigen Konsumumfeldes das Veltins-Sortenportfolio mit verlässlichem Abverkauf goutiert.“ Das durchgängig warme und kontinuierlich biertaugliche Frühjahrs- und Sommerwetter hatte – anders als sonst üblich – der Brauwirtschaft diesmal nicht geholfen, die Marktverluste im gesamten Biermarkt abzudämpfen oder gar aufzufangen. Als ein Minusfaktor schlug die Gastronomie zu Buche, die deutlich weniger Bier verkaufte als noch im Jahr zuvor. Der Handel litt weiter unter dem Sparbemühen der privaten Haushalte. „Die Volumenverluste sind mit rund fünf Millionen Hektolitern für Deutschlands Brauereien eine schwere Last“, urteilte Dr. Volker Kuhl. „Für viele Betriebe wird sich in naher Zukunft leider die Existenzfrage stellen. Die geringer werdenden Verkaufsmengen bei einem unverändert herausfordernden Kostenniveau



werden vielerorts den Marktaustritt bedeuten.“ Das zurückliegende Geschäftsjahr mit einer wachsenden Anzahl von Betriebsaufgaben sieht Dr. Kuhl erst als Anfang eines tiefgreifenden Strukturprozesses der Brauwirtschaft.

Eine günstige Zeit für mutige Existenzgründer

Mit Kontinuität wurden die Veltins-Exportbemühungen in den Schwerpunktmärkten Italien, Spanien, den Niederlanden, Großbritannien und den USA vorangetrieben. Mit einem Ausstoß von 113.000 hl blieb die Präsenz der Brauerei C. & A. Veltins in den Auslandsmärkten stabil. Wenngleich die Brauwirtschaft unter den krisenhaften Umsatzrückgängen in der Gastronomie deutlich zu leiden hatte, setzt die Privatbrauerei unverändert auf das traditionelle Geschäftsfeld. „Erfreulicherweise zeigen immer mehr Existenzgründer den Mut zum Aufbruch, um sich mit neuen Konzepten selbstständig zu machen. Die Chancen sind in diesen Jahren günstig, weil durch viele Betriebsaufgaben und mangels Nachfolger Standorte zur Verfügung stehen, an die vor einigen Jahren nicht zu denken war“, ist Rainer Emig überzeugt. „Die Gastronomie, die wir im nächsten Jahrzehnt erleben, wird eine andere sein als heute.“

Investitionen beschleunigen energetische Transformation

Nach dem Abschluss der 400-Millionen-Euro-Investitions-offensive ging es 2025 mit ergänzenden Investitionen in Höhe von 51 Mio. Euro am Stammsitz Grevenstein weiter. Mit Blick auf die zweite Hälfte des Jahrzehnts sind weitere Aufwendungen nötig, um die energetische Transformation zu beschleunigen. Die Hinwendung zu regenerativen Energien wird allein an Aufbaukosten für eine Windradinfrastruktur rund 60 Mio. Euro erfordern. Flankierend werden Technologien erforderlich sein, die den dauerhaften Verzicht auf fossile Brennstoffe vorantreiben.



Fakten & Kennziffern in der Zusammenfassung

Brauerei C. & A. Veltins 2025: Stabilität in der Branchenkrise

Die Brauerei C. & A. Veltins blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2025 zurück, in dem sich das Unternehmen deutlich gegen den branchenweiten Negativtrend behaupten konnte. Während die deutsche Brauwirtschaft mit einem Verlust von rund fünf Millionen Hektolitern den stärksten Rückgang seit 75 Jahren verkraften musste, steigerte die Privatbrauerei aus Meschede-Grevenstein ihren Ausstoß leicht um 0,3 % auf 3.369.000 hl. Auch beim Umsatz legte das Familienunternehmen zu und erreichte ein Ergebnis von 461 Mio. Euro (+0,4 %).

Markenportfolio: Ein zentraler Pfeiler dieses Erfolgs ist das breit gefächerte Sortiment, das Mengenverluste im Stammgeschäft auffangen konnte.

Veltins Pils: Mit 2,32 Mio. hl (-1,8 %) trägt die Stamm-Marke weiterhin zwei Drittel zum Gesamtabsatz bei. In Nordrhein-Westfalen festigte die Marke mit einem Marktanteil von 14,1 % ihren zweiten Platz.

Pülleken: Das Hellbier bleibt der Wachstumsmotor (+13,6 %) und steht mit einem Absatz von 373.600 hl national auf Platz drei und ist unangefochtener Marktführer in seinem Segment in NRW.

Alkoholfreie Produkte: Das Segment aus Fassbrausen und alkoholfreien Bieren wuchs dynamisch um 10,4 % auf 241.300 hl.

Innovationen 2026: Für das kommende Jahr sind neue Produkte wie „Pülleken Alkoholfrei“, innovative Fassbrause-Geschmacksrichtungen und die Biermix-Variante „V+ Saure Zungen Cherry“ geplant, um die junge Zielgruppe anzusprechen.

Investitionen: Rund 60 Mio. Euro fließen in den Aufbau einer eigenen Windradinfrastruktur, um die energetische Transformation voranzutreiben und dauerhaft auf fossile Brennstoffe zu verzichten. Mit einer Mehrwegquote von 92 % unterstreicht die Brauerei zudem ihre ökologische Verantwortung und Nachhaltigkeitsstrategie.