

VELTINS

SPECIAL

DAS MARKENMAGAZIN



Gastronomie hat Zukunft

MUT ZUM AUFBRUCH

BILANZ

Brauerei C. & A. VELTINS
wächst weiter

Seite 14

ZUM PÜLLEKEN

Zitrönken mit
Naturradler-Charakter

Seite 18

VELTINS ARENA

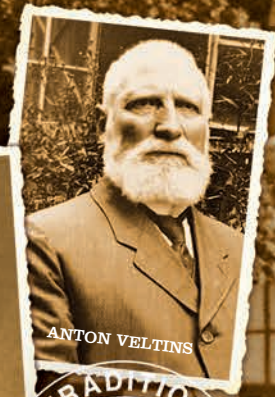
20 Jahre Namingright

Seite 35





CARL VELTINS



ANTON VELTINS



**NATURTRÜBES
LANDBIER**
• mild und süffig



EDITORIAL



LIEBE LESERINNEN & LESER

Dieser Sommer hat uns alle gefordert! Eine schwache Verbrauchernachfrage machte Gastronomie und Handel allenthalben zu schaffen. Doch unser Blick ist jetzt nach vorn gewandt, denn gemeinsam mit unseren Partnern steuern wir auf den Endspurt dieses Geschäftsjahres zu. Dabei zeigen Gastronomen Mut, die in schwierigen Zeiten das Zepter des Handelns selbst in die Hand nehmen.

Mit einem weiteren Engagement suchen wir die Event-Bühne und sorgen mit unserer verstärkten Präsenz in der Krefelder Yayla-Arena für weitere Markenimpulse. Diese gibt es aber auch anderswo mit dem Genuss unserer Marken VELTINS, Pülleken, Grevensteiner und V+ zu erleben. Darum stellen wir unsere Marketingaktivitäten mit all ihren Facetten vor.

Viel Spaß bei der Lektüre!

Ihre

Susanne Dethlefs



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



twitter.com/veltins

VELTINS SPECIAL

N° 102 – 02/2025

06

Nachrichten

Neues aus der Brauerei

08

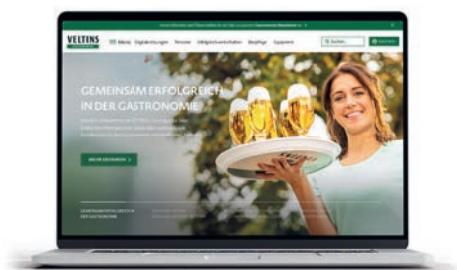
Aufbruch in der Gastronomie

Die Neu-Starter kommen

17

Weichen gestellt:

Fabian Veltins übernimmt
Geschäftsführung im Marketing



20

Gastro-Portal

Praktischer Service im
Gastronomiealltag

14

Halbjahresbilanz: VELTINS wächst weiter

Sie möchten mehr zum Thema erfahren?

Auf dieser Website finden Sie
weitere Infos und vielfältige
Fan-Aktionen:

 veltins.de/veltins-erleben



Das offene Wort

Senkung der Mehrwert- steuer ist längst überfällig

Dr. Volker Kuhl

S. 16

18

Naturradler mit Sympathie-Bonus: Jetzt ist das Zitronken da!



IMPRESSUM

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

Fotos: VELTINS, Boris Golz, Christian Duschek/
Conceptfabric, Christoph Meinschäfer, DBB/CHL
Photodesign, Bruno Maes, firo sportphoto, Karsten
Rabas, Carolin Unrath, 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.

22

Sommerfest

NRW-Landesregierung
feiert in Brüssel



24

HELLES LAGER

Mild to go – VELTINS Helles Lager
in der Dose



26

Festival-Feeling

Spaß, Action und Musik
mit dem Biermix V+

28

Gastronomie

VELTINS vor Ort
in Freizeitbädern



34

Mit Grevensteiner
auf (Wander)tour



42

VELTINS Megachance

Biercoins aus echtem Gold!



44

Spende

Forschungsförderung der
Brauwirtschaft unterstützt

35

VELTINS-Arena

Vor 20 Jahren wurden
Namensrechte übernommen



38

Frisches VELTINS

für die YAYLA ARENA
und das Seidenweberhaus
in Krefeld



40

Im Handel

Attraktive Platzierungen
mit Rundum-Sichtbarkeit

45

Web 2.0

Frisch auf
Social Media

46

Freisprechung

für Brauer und Mälzer

47

VELTINS Cartoon



VELTINS UND MAISEL VERLÄNGERN VERTRIEBSKOOPERATION BIS 2032

Die Brauerei C. & A. Veltins und die Brauerei Gebr. Mäisel setzen ihre bewährte Vertriebskooperation fort: Die beiden Familienbrauereien haben die seit dem Jahr 2001 bestehende Partnerschaft vorzeitig verlängert – mit einer neuen Laufzeit von weiteren acht Jahren bis zum Jahr 2032.

Die Vertriebskooperation ist einzigartig im deutschen Biermarkt: „Unsere Partnerschaft funktioniert nicht nur, sie beruht auf tiefem Vertrauen und wir beflügeln uns gegenseitig“, so Jeff Mäisel, Inhaber der Brauerei Gebr. Mäisel. „Dass wir uns schon jetzt zur Verlängerung entschieden haben, zeigt: Wenn's richtig gut läuft, macht man weiter!“ Mit Mäisel's Weisse vertreibt die Brauerei C. & A. Veltins ein traditionsreiches bayerisches Weißbier über ihr deutschlandweites Partnernetzwerk mit rund 13.000 Gastronomiebetrieben. Umgekehrt ergänzt die Brauerei Gebr. Mäisel ihr Portfolio mit der Marke Veltins – ein Modell, das sich seit Jahren am Markt bewährt.

PARTNERSCHAFT MIT WEITBLICK FÜR GASTRONOMIE UND HANDEL

„Diese langjährige und nun verlängerte Kooperation schafft Planungssicherheit für unsere Partner in der Gastronomie



Ein Grund zum Anstoßen (v. l. n. r.): Fabian Veltins (Geschäftsführer Marketing der Brauerei C. & A. Veltins), Jeff Mäisel (Inhaber der Brauerei Gebr. Mäisel), Kristof Schimmele (Vertriebsgeschäftsführer der Brauerei Gebr. Mäisel) und Dr. Volker Kuhl (Sprecher der Geschäftsführung der Brauerei C. & A. Veltins) freuen sich auf weitere Jahre vertrauensvoller Zusammenarbeit.

und im Handel“, betont Dr. Volker Kuhl, Sprecher der Geschäftsführung der Brauerei C. & A. Veltins. „Das ist ein klares Signal an den Markt: Zwei starke Familienbrauereien ziehen an einem Strang – verlässlich, offen und mit hoher Marktorientierung.“ Auch Jeff Mäisel unterstreicht den besonderen Charakter der Zusammenarbeit: „Die Qualität dieser Kooperation liegt nicht nur in der Breite des gemeinsamen Portfolios, sondern auch in der partnerschaftlichen



Haltung, mit der wir zusammenarbeiten.“ Dr. Volker Kuhl ergänzt: „Trotz unserer unterschiedlichen Größen arbeiten wir von Anfang an auf Augenhöhe. Es ist der Respekt füreinander, der uns verbindet – und das spüren auch unsere Kunden.“ Ein eng abgestimmtes Reporting sowie kurze Kommunikationswege sorgen dafür, dass die Zusammenarbeit seit über zwei Jahrzehnten reibungslos und mit einem Höchstmaß an Transparenz funktioniert.

NACHWUCHSKRÄFTE: 14 AUSZUBILDENDE STARTEN IN NEUEN LEBENSABSCHNITT

An qualifizierten Nachwuchs ist gedacht! 14 junge Erwachsene haben mit dem Start ihrer Ausbildung bei der Brauerei C. & A. Veltins den neuen Lebensabschnitt begonnen.

Vor Ort werden die neuen Auszubildenden intensiv einbezogen und auf das spätere Berufsleben vorbereitet. Ein bewährtes Einarbeitungsprogramm sorgt dafür, dass sie sich schnell im neuen Alltag zurechtfinden. Vom Rundgang über das Brauereigelände bis zu Sicherheitsunterweisungen und der Einführung in die Fachabteilungen bekommen sie erste Einblicke in die Abläufe und lernen zahlreiche Kolleginnen und Kollegen kennen. „Transparenz und ein kooperatives Miteinander sind uns wichtig. Des-



Bereit für einen erfolgreichen Start: die neuen Auszubildenden im Gruppenbild.

halb begleiten wir den neuen Ausbildungsjahrgang intensiv vom ersten Tag an, um einen positiven Start zu ermöglichen“, so Thomas Römer, kaufmännischer Geschäftsführer der Brauerei C. & A. Veltins. Das Programm ermöglicht es der Brauerei, zukünftige Fach- und Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu entwickeln. Unterstützung erhalten die Neuen von Geschäftsführung, Ausbildern, Betriebsrat sowie älteren Auszubildenden und Mitarbeitenden. 2025 bildet die Brauerei eine Elektronikerin für Automatisierungstechnik, einen Industriemechaniker, eine Chemielaborantin, zwei Industriekaufleute, einen Fachinformatiker für Systemintegration, einen Brauer und Mälzer und einen Revierjäger aus. Außerdem nehmen vier Nachwuchskräfte das duale Studium „Business Administration“ auf und jeweils ein junger Mann startet in das duale Studium „Getränketechnologie“ und „Elektrotechnik“.



Das VELTINS Fassbrause-Sortiment auf einen Blick: Eine bunte Vielfalt alkoholfreier Erfrischungen, die mit fruchtigem Geschmack und hoher Qualität überzeugt.

ERFRISCHUNG: HOHER FRUCHTANTEIL MACHT REIZ DER FASSBRAUSE AUS

Fassbrause boomt – und VELTINS ist mittendrin. Mit Klassikern wie Zitrone und trendigen Sorten wie Eistee Pfirsich wächst die Fangemeinde stetig. Kein Wunder: Fruchtgehalt und Vielfalt überzeugen immer mehr Genießer.

Fassbrause ist inzwischen in vielerlei Hinsicht eine echte Alternative mit einem erfreulichen Image im AfG-Segment. „Wir sind zufrieden mit der Entwicklung von VELTINS Fassbrause“, sagt Rainer Emig, Geschäftsführer Vertrieb der Brauerei C. & A. VELTINS. „Der Absatz in diesem Segment wächst bei uns seit mehreren Jahren in Folge, meist im zweistelligen Bereich. Das zeigt uns, dass hier die Nachfrage weiterhin steigend ist und unsere Fassbrause in allen Regionen an Beliebtheit zulegt.“ Besonders bemerkenswert: Die verschiedenen Sorten der VELTINS Fassbrause zeichnen sich allesamt durch einen hohen Fruchtanteil aus. Zudem gibt es vielfältige Geschmacksrichtungen. Rainer Emig: „Aus unserer Sicht hat sich bei der Sortenvielfalt eine Mischung aus klassischen und innovativen Geschmacksrichtungen etabliert. Zitrone ist eher ein Klassiker und die beliebteste Sorte, wohingegen Eistee Pfirsich und Bitter Lemon zu den neueren Sorten mit Trendcharakter gehören.“ Die zwei limitierten Sorten Fassbrause Pink



» Der Fassbrause-Absatz wächst seit mehreren Jahren in Folge. «

Rainer Emig
VELTINS-Geschäftsführer
Vertrieb



Grapefruit und Fassbrause Blutorange fanden eine erfreuliche Verbraucherresonanz.

ERFOLGSGESCHICHTE VON ANFANG AN

Die Brauerei C. & A. VELTINS brachte ihre Fassbrause 2012 zunächst mit zwei Sorten – Zitrone und Holunder – auf den Markt. Im Laufe der Jahre wurde das Angebot konsequent erweitert – schnell entwickelte sich das Getränk zu einer beliebten Alternative im alkoholfreien Segment. Heute steht die Marke für Vielfalt und stetiges Wachstum.

Highlights im Sommer 2025: die VELTINS Fassbrause Limited Editions Pink Grapefruit und Blutorange.

Starke Partnerschaft: DOKTORJOB UND VELTINS FÜR ÄRZTE IN DER REGION

Bereits seit neun Jahren verbindet den Verein DoktorJob und die Brauerei C. & A. VELTINS eine vertrauensvolle Partnerschaft.

Das Familienunternehmen unterstützt nicht nur ideell, sondern vor allem finanziell ein notwendiges gesellschaftliches Bemühen. Was 2009 als Initiative zur Förderung des medizinischen Nachwuchses im Hochsauerlandkreis begann, hat sich dank der Unterstützung vieler Krankenhäuser, niedergelassener Ärztinnen und Ärzte sowie der Brauerei C. & A. VELTINS zu einer erfolgreichen Kooperation mit Mehrwert für die Region entwickelt. Der Kreis unterstützt angehende Mediziner



Ulrich Biene (Brauerei C. & A. VELTINS), Dr. Peter Kleeschulte und Frank Kleine-Nathlandt (DoktorJob) freuen sich auf die weitere Zusammenarbeit.

rinnen und Mediziner mit einem Stipendium, um die Versorgung im ländlichen Raum langfristig zu sichern. Der Verein DoktorJob übernimmt die Bekanntmachung und das Marketing, besonders online. Seit 2016 ist die Brauerei als engagierter Förderpartner dabei und leistet einen wichtigen Beitrag zur Zukunft der regionalen Gesundheitsversorgung. „Die kontinuierliche Unterstützung durch die Brauerei C. & A. VELTINS ist ein starkes Signal regionaler Verantwortung“, betont Dr. Kleeschulte, Vorsitzender des Vereins DoktorJob. „Die Zusammenarbeit basiert auf Vertrauen und dem gemeinsamen Ziel, jungen Mediziner Perspektiven in ihrer Heimat zu eröffnen.“



GASTRO

WENN DAS HERZ „GASTRONOMIE“ SCHLÄGT

Die Gastronomie steht vor großen Herausforderungen, hat mit steigenden Kosten, Personalnot und einem veränderten Ausgehverhalten der Gäste zu kämpfen. Es gibt aber auch Aufbruchssignale. Mut zur Zukunft heißt das Motto. Und wo der herrscht, kann es gelingen! Bei den Kloibers und im Gasthof zur Peif ist das so.

www.veltins.de

#gastronomie



Auf gute Zusammenarbeit: Tom Kehren und Sebastian Lingk (beide VELTINS), stoßen mit Familie Kloiber an.

Die gastronomische Arbeit hat ihr so viel Spaß bereitet, dass sie das Angebot, das Restaurant ab 2015 selbst zu pachten, spontan angenommen hat. Plötzlich Gastronomin! Im April fand die erste Hochzeit in „ihrem“ Schloss Haag statt, Tim Kloiber war als Gast eingeladen. Tim, eigentlich Dachdecker, hatte seinerzeit gar keine Lust der Einladung zu der Hochzeit zu folgen, konnte sich dann aber doch durchringen. Und so nahm das Schicksal seinen Lauf: Jenny und Tim trafen sich, sie lernten sich kennen, wurden ein Paar.

KLOIBERS WIRTSHAUS Xanten

Schnell wurde klar, dass entweder beide Gastro machen oder keiner. Und trotzdem stolperte Tim Kloiber letztlich nicht weniger heftig dann in seinen heutigen Beruf als Koch – zwar hatte er ohnehin schon länger mit seinem Job im Handwerk gehadert, doch die Ausbildung zum Koch kam ihm erst in den Sinn, als eines Tages – mitten im laufenden Betrieb – Jennys angestell-

ter Koch hinschmiss und den Laden ad hoc verließ. Tim zögerte keine Sekunde, übernahm das Ruder ohne jegliche Erfahrung und brachte den Tag gemeinsam mit der restlichen Küchencrew zu einem guten Abschluss. Ein befreundeter Koch mit einem Cateringbetrieb kümmerte sich dann um die Ausbildung von Tim Kloiber.

Es folgten einige tolle Jahre im Schloss Haag, doch leider wurde der Pachtver-



**»Diese Location
hat uns gefunden!«**

Jenny und Tim Kloiber
Kloibers Wirtshaus

trag von Seiten des Verpächters gekündigt. Also schlugen die Kloibers beruflich erstmal einen anderen Weg ein, trauerten der Gastronomie allerdings fortan hinterher. „Wir haben unser Restaurant geliebt, viel Herzblut, viele Tränen, aber auch viel Geld darein gesteckt“, so die beiden rückblickend, „Gastronomie ist einfach unsere Leidenschaft.“ In der zweijährigen Pause haben →

Die Gastronomie befindet sich inmitten eines strukturellen Umbruchs. Doch auch in diesen schwierigen Zeiten gibt es noch Aufbruch, es gibt unternehmerischen Mut, große Motivation und genau jene Menschen, die für die Gastronomie brennen und deren Herzen „Gastronomie“ schlagen. Familie Kloiber betreibt in Xanten seit knapp einem Jahr „Kloibers Wirtshaus“, nachdem sie in einer etwa zweijährigen Gastronomiepause immer wieder Lokale und Locations besichtigt hatten ohne lange Zeit fündig geworden zu sein. Zuvor hatten Jenny und Tim Kloiber bereits acht Jahre im Schloss Haag ein Restaurant betrieben, in das sie irgendwie so reingestolpert waren.

Jenny Kloiber, familiär zwar bereits gastronomisch in Österreich geprägt, war früher in der Marketingbranche tätig und eigentlich nur als Aushilfskraft spontan im Service bei einer Veranstaltung im Schloss Haag eingesprungen.



Der Funke ist damals direkt übersprungen. In diesem schönen Gebäude betreiben die Kloibers ihr gleichnamiges Wirtshaus.



Servicekraft Dustin Sonnen, Tim Kloiber, Sohn Fritz und Jenny Kloiber (v.l.): Ihre Leidenschaft und Herzlichkeit ist für die Gäste im Wirtshaus deutlich spürbar.

↓ sich Tim und Jenny Kloiber einige Objekte angesehen, doch nie ist der Funke wirklich übersprungen. „Wir haben so lange gesucht und waren schon kurz davor aufzugeben, aber dann hat uns Tom Kehren angerufen“, so Tim Kloiber. VELTINS-Verkaufsleiter Tom Kehren hatte sofort an die Kloibers gedacht, als er hörte, dass das damalige Karthaus in Xanten schließen wird. „Ich war mir sicher, dass es genau passen wird und wir die beiden von Brauereiseite nach Kräften unterstützen werden“, so Tom Kehren. Die Kloibers erinnern sich noch gut daran: „Tom hatte da den richtigen Riecher. Diese Location hat uns gefunden! Wir haben uns dann an den Tisch gesetzt und entschieden.“ Auch der inzwischen fünfjährige Sohn Fritz hat sicherlich zu dieser Entscheidung beigetragen. „Wir haben unseren Sohn damals gefragt, was er sich zu seinem vierten Geburtstag wünscht. Und seine Antwort lautete: ‚Ich möchte, dass wir wieder ein Restaurant haben.‘“ So sollte es sein!

Mit viel Liebe zum Detail haben die Kloibers das ehemalige Karthaus dann in ihr Kloibers Wirtshaus verwandelt. Genau eine Woche habe sich Tim Kloiber genommen, um das Restaurant zu renovieren. „Am 1. April 2024 haben wir die Schlüssel bekommen, noch am selben

↓

» Zu einer guten Infrastruktur gehört Gastronomie. «

Jenny Kloiber
Kloibers Wirtshaus

Tag eine Abrissparty geschmissen und am 6. April fiel der Startschuss für unser neues Restaurant.“ Mit dabei: frisches VELTINS – gepaart mit authentischer, frischer, österreichischer Küche, die modern interpretiert ist und auch mal einen Schwenker in andere Küchen macht. Bis heute ist das Kloibers ein voller Erfolg. Tim Kloiber ist für die Küche verantwortlich, Jenny Kloiber kümmert sich um das gesamte Backoffice. Im Service arbeitet der 27-jährige Dustin Sonnen, der wie einige weitere Mitarbeitende von dem Vorgänger übernommen werden konnte und mindestens genauso für die Gastronomie brennt, wie die Kloibers. Es vergehe kein Tag, an dem nicht mindestens ein Stammgast aus dem damaligen Schloss Haag in Geldern zu den Kloibers nach Xanten komme. „Wir möchten, dass die Menschen hier verweilen, gemütlich sitzen und eine gute

Zeit haben. Jeder kann hier hinkommen und sich wohlfühlen, ganz egal, welche Generation oder welches Einkommen.“ Guter Service sei dafür das wichtigste, dann komme das Essen. Für den Erfolg sei außerdem wichtig, dass man Gemütlichkeit biete und das Herz und die Leidenschaft auf den Gast transportieren könne. „Ich kann als Koch meine Leidenschaft ausleben und kreativ sein. Die Gäste geben mir Energie, weil man direktes Feedback bekommt durch ein Lächeln oder Smalltalk. Es ist kein Tag wie der andere und es wird nie langweilig“, schwärmt der 47-Jährige. All das gelingt im Kloibers, in dem man irgendwie bei Freunden zu Hause ist.

Doch natürlich gibt es trotz allen Optimismus auch Herausforderungen. Aus Sicht der Kloibers ist klar, dass die Gastronomiebranche auch in Zukunft funktionieren muss. „Zu einer guten Infrastruktur gehört Gastronomie. Die Orte werden dadurch lebendiger“, so Jenny Kloiber. Doch dafür müssten unter anderem politische Rahmenbedingungen geschaffen werden, von denen die Mehrwertsteuersenkung nur ein kleiner Teil sei. Im Betrieb selbst sei auch Führungskultur ein großes Thema. „Die Mitarbei-



Mit viel Liebe zum Detail hat die Familie das Wirtshaus gestaltet.



» Ich kann als Koch
meine Leidenschaft
ausleben und
kreativ sein. «

Tim Kloiber

Kloibers Wirtshaus

ter müssen wertgeschätzt werden, sich gesehen fühlen, damit sie bleiben. Wer Bock hat, den kann man fördern – dazu gehört die Spülkraft genauso wieder jeder andere“, ist das Ehepaar überzeugt. Dass Jenny und Tim Kloiber an die Gastronomie glauben, wird mehr als deutlich. Sie haben weitere Ambitionen und wollen investieren. Passenderweise bietet das Gebäude noch einen historischen Gewölbekeller, der viel gastronomisches Potenzial bietet. „Uns hat mal ein Gast gesagt: ‚Es macht Spaß, euch beim wachsen zuzusehen‘. Das ist ein tolles Kompliment und wir möchten jeden Tag weiter wachsen.“



Emal Ewaz ist im Gasthof zur Peif für die Theke und den Service verantwortlich. Seit 1993 fließt in dem Idsteiner Traditionsgasthof frisches VELTINS aus dem Zapfhahn.

In bester Lage, mitten in der Idsteiner Innenstadt, finden Einheimische und Touristen den Gasthof zur Peif. Das historische Haus mit rotem Fachwerk und verziertem Giebel ist ein echter Hingucker und lädt zu mediterranem Genuss und erlebbarer Gastfreundschaft ein. Die beiden Betreiber machen Mut, sind von der Zukunft der Gastronomie überzeugt. Maurizio Aroi und Emal Ewaz führen die Peif seit Anfang Juli. Eng an ihrer Seite ist Iris Kochendörfer, die den Gasthof 38 Jahre lang geleitet und ihn nun in die Hände ihrer Nachfolger übergeben hat. Eine gute Nachricht: Sie bleibt dem Team weiterhin erhalten und hilft da, wo ihre Kompetenz, Erfahrung und Hilfe benötigt wird – immerhin kennt sie die Peif und den gastronomischen Betrieb sowie die zahlreichen Stammgäste wie ihre Westentasche. Der Gasthof zur Peif ist in Idstein eine Institution, das wissen die beiden neuen Pächter und haben sich schon gut eingelebt. Maurizio Aroi stammt aus einer Gastronomiefamilie. Schon sein Vater hatte ein Restaurant in Gießen, sodass ihm die Gastronomie quasi in die Wiege gelegt wurde. Er absolvierte eine Kochausbildung und arbeitete anschließend in verschiedenen Restaurants, vielfach als Küchenchef, in Frankfurt und der

Taunusregion. Auch Emal Ewaz hat als gelernter Restaurantfachmann mit verschiedenen Stationen im Rheingau, Bad Homburg und der Taunusregion jahrelange Erfahrung in der Gastronomie vorzuweisen. In all diesen Jahren haben sich die Wege der beiden Pächter immer wieder gekreuzt. Mehrfach haben sie zusammengearbeitet, sind über die Zeit Freunde und nun auch Geschäftspartner geworden. Darüber hinaus verbinden die beiden eine Vision und gegenseitiger Respekt. Schon längere Zeit reifte in ihnen der Wunsch heran, gemeinsam ein Res-

GASTHOF ZUR PEIF Idstein

taurant zu eröffnen und selbstständige Gastronomen zu werden. VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Maik Flach hatte Maurizio Aroi und Emal Ewaz in dieser Zeit verschiedene Objekte gezeigt, bis er die beiden schließlich mit Iris Kochendörfer, der Inhaberin und Wirtin der Peif zusammenbrachte, die sich nach 38 Jahren zur Ruhe setzen wollte. „Der Gasthof zur Peif sorgte für einen Wow-Effekt, es war Liebe auf den ersten Blick“, schwärmen Aroi und Ewaz, „der erste Eindruck hat sofort gepasst, die Chemie mit Iris stimmt und wir haben es gefühlt. Es sollte einfach so sein!“ Beiden war bewusst, das wird ein absoluter Knochenjob – mehr noch als für Angestellte in der Gastro- ➔

In gemütlicher Atmosphäre und stilvollem Ambiente werden im Kloibers die Gäste begrüßt.



nomie. Während Aroi die Küche leitet, ist Ewaz für die Theke und den Service verantwortlich. „Es wird viel Arbeit und man braucht gutes Personal. Außerdem muss die Kalkulation stimmen, das ist bei vielen Gastronomen oft ein Problem. Die Zahlen sind ein wichtiges Thema“, so Maurizio Aroi. Aber – und das steht für beide fest und war auch bei Iris Kochendörfer schon so – man müsse den Gästen etwas bieten, das über Speisen und Getränke hinaus geht; nämlich Herzlichkeit und ein Willkommens-Ambiente. Iris Kochendörfer, die zwar selbst aus einer Gastronomiefamilie stammt, eigentlich Restauratorin werden wollte, aber dann doch erstmal eine Ausbildung zur Hotelfachfrau gemacht hat, weiß, dass die Gastronomiebranche heute sehr viel härter ist als früher. Nach ihrer Ausbildung hatte sie Blut ge-



» Mein Wunsch ist es,
ein guter Gastgeber
zu sein. «

Maurizio Aroi
Gasthof zur Peif



In bester Lage mitten in der Idsteiner Innenstadt finden Einheimische und Touristen den Gasthof zur Peif. Durch das rote Fachwerk und die Verzierungen an der Fassade strahlt es schon von Weitem.

leckt und war einige Jahre im Ausland; hat in der Schweiz, in Frankreich und den USA als Rezeptionisten in verschiedenen Hotels gearbeitet. Aber dann rief eines Tages ihr Vater an, der zwar schon ein Restaurant in Idstein hatte, aber dann 1982 die Peif gekauft hat. Schon Mitte des 19. Jahrhunderts gab es hier eine Gaststätte mit Hausbrauerei. Aus dieser Zeit stammt auch der Hausname „Peif“. Seit den 1950er-Jahren beherbergten die Räumlichkeiten eine Apotheke, die die direkten Vorbesitzer

1983 wieder in ein Gasthaus verwandelten. So kam Iris Kochendörfer wieder zurück nach Deutschland, um Gastronomie zu machen. Zwar hatte sie reichlich Erfahrung in der Hotellerie, aber keine im klassischen Kneipen- und Restaurantbetrieb. Doch das hielt sie nicht davon ab, die Peif in Idstein zu einem echten Traditionsgasthof zu machen, der trotz aller Herausforderungen zu einem wirklichen Erfolg geworden ist und allen Herausforderungen und Veränderungen in der Branche getrotzt hat. Sie weiß, was es heißt, den Aufbruch zu wagen – gestern wie heute. Die Veränderungen in der Gastronomie beschreibt Iris Kochendörfer als einen schleichenden Prozess: „Die Strukturen haben sich gänzlich geändert und das Ausgeverhalten der Menschen ist heutzutage anders. Früher gab es kein Rauchverbot und das Thekengeschäft war viel stärker als heute. Man kann sich jetzt nicht mehr vorstellen, dass in einem Speiseraum geraucht wird“, führt Iris Kochendörfer einige Gründe an. „Heute bleiben viele Gäste nach dem Essen



VELTINS-Verkaufsleiter André Becks (l.) und Veltins-Gebietsverkaufsleiter Maik Flach (r.) freuen sich, dass sie Iris Kochendörfer mit den neuen Pächtern Maurizio Aroi (2.v.r.) und Emal Ewaz (2.v.l.) zusammenbringen konnten.

meist nicht mehr so lang sitzen und es gibt kaum noch Stammtische – gerade bei den jüngeren Generationen.“ Früher hingegen sei der Kneipenbereich mit der Theke sozusagen der Nabel des Lokals gewesen. „Als 1993 die Brauerverträge ausliefen und ich brauereifrei wurde, habe ich sogar meine Stammgäste gefragt, was sie sich wünschen. Seitdem ist in der Peif frisches VELTINS am Hahn.“

Die heutigen Herausforderungen halten die beiden neuen Betreiber der Peif keineswegs davon ab, an die Gastronomie zu glauben und in sie zu investieren. Vielmehr sind sie sich einig: Was anderes zu machen? Kommt gar nicht in Frage! Maurizio Aroi sagt: „Die Gastronomie ist spannend! Mein Wunsch ist es, ein guter Gastgeber zu sein. Ich bin glücklich, wenn es dem Gast gut geht und ich würde im nächsten Leben genau das gleiche wieder machen.“ Emal Ewaz



» Du kommst mit Stress und gehst mit Freude! «

Emal Ewaz
Gasthof zur Peif

nickt zustimmend und ergänzt: „Wenn ein Gast kommt und er ist schlecht gelaunt, weil er einen harten Tag hatte, dann soll er bei uns einen guten Tagesabschluss erleben dürfen. Man muss dem Gast den Stress nehmen, aber diskret und sensibel sein. Unser Motto ist: Du kommst mit Stress und gehst mit Freude!“ Das neue Betreiber-Duo überzeugt mit einem positiven Mindset, das ihnen hilft, gastronomische Hürden zu nehmen.

Schon jetzt, nach wenigen Wochen, weiß Iris Kochendörfer, dass sie mit Aroi und Ewaz die richtige Entscheidung getroffen hat. „Es war wichtig,

dass wir die Idsteiner mitnehmen, alle Generationen und besonders unsere Stammgäste. Das ist uns gelungen, denn ich kann durch die Stadt gehen und niemand fragt mich, was ich da gemacht habe.“ Auch wenn die Küche nun mediterran geprägt ist, finden sich weiterhin regionale und nassauische sowie saisonale Gerichte auf der Speisekarte. Maurizio Aroi und Emal Ewaz sind motiviert und Mutmacher zugleich: „Wir wurden so herzlich aufgenommen und sind hier inzwischen zu Hause. Wir wissen, warum wir das hier jeden Tag machen. Das kann die nächsten 20 bis 30 Jahre so weitergehen!“ ●



Kloibers Wirtshaus

Karthaus 10
46509 Xanten
www.kloibers.com

Gasthof zur Peif

Himmels-gasse 2
65510 Idstein
www.gasthof-zur-peif.de



Urig und gemütlich ist es im Traditionsgasthof zur Peif in Idstein. Ein echter Hingucker ist auch die hölzerne Peif an der Theke, die zugleich Zapfsäule ist.

Starkes Halbjahres-Ergebnis:

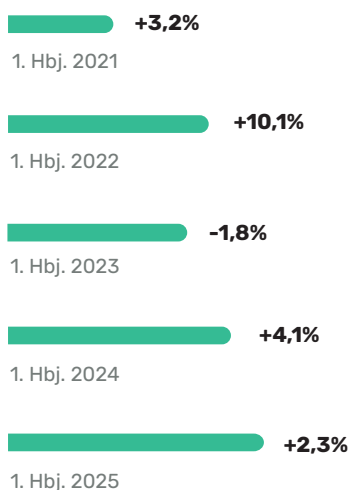
BIERMARKT VERLIERT, VELTINS GEWINNT

BILANZ



STARKES HALBJAHRESERGEBNIS

VELTINS-Ausstoß kriesenfest in konsumschwachen Zeiten



Trotz Nachfrageloch im Biermarkt: 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.

www.veltins.de #biermarkt

„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.

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 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 Sortenliebbling 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“, sagt Dr. Volker Kuhl.

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 Wettbewerbsniveau 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

AUSSTOSSZUWACHS IM ERSTEN HALBJAHR 2025
2,3%

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.

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 zulegte.



Die Verbraucher schätzen die Produktvielfalt der Brauerei C. & A. VELTINS - sowohl im Handel als auch in der Gastronomie.

Die Spezialitätenmarke Grevensteiner konnte sich der negativen Sortenentwicklung im nationalen Biermarkt nicht verschließen und erreichte 57.400 hl (-16,3%). 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!“ ●

DATEN & FAKTEN

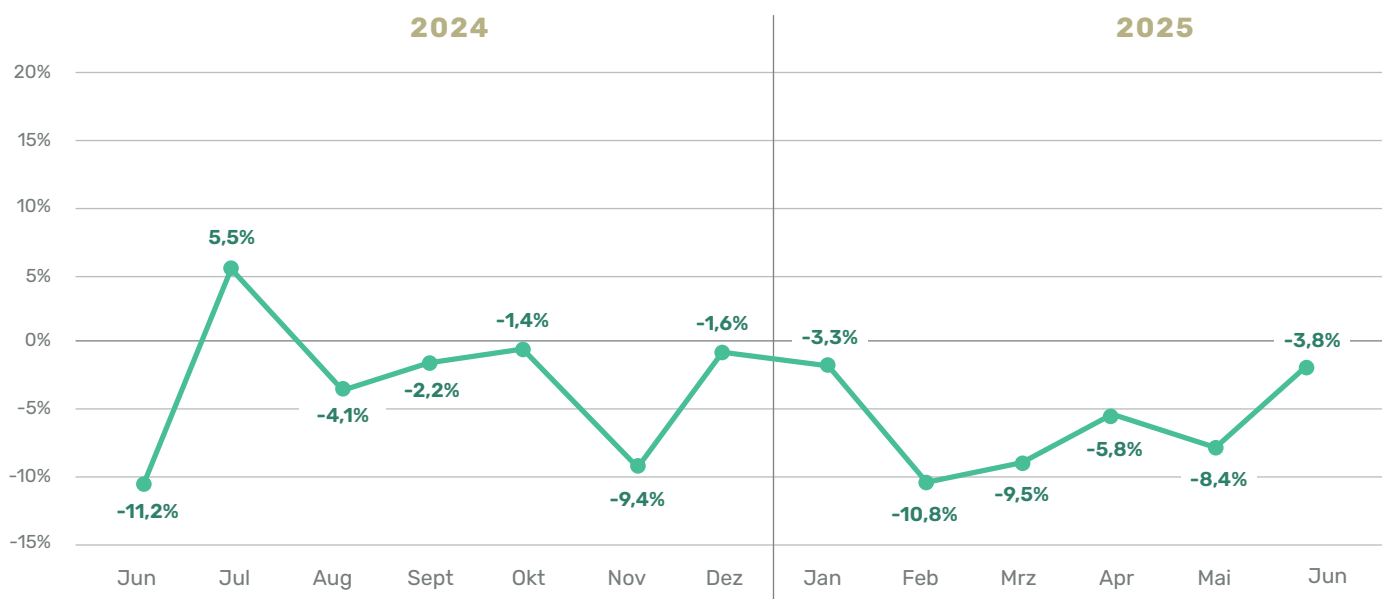
Halbjahresbilanz 2025

→ **1,78**
Mio. hl Ausstoß

→ **+2,3%**
Ausstoß im Vergleich zum Vorjahr

ANHALTENDE KONSUMSCHWÄCHE IM BIERMARKT

Monatl. Veränderung des Bierabsatzes (hl) in Deutschland



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

Senkung der Mehrwertsteuer ist längst überfällig

Von Dr. Volker Kuhl,
Sprecher der Geschäftsführung



Es besteht kein Zweifel: Die Gastronomie leidet weiter! Das ist bedauerlicherweise wenig verwunderlich, wenn die Signale in Richtung positiver Konsumneigung ausbleiben. Die Umsatzentwicklung in den Betrieben zeigt vielerorts nach unten, so dass der Gastronomie in der Fläche schlichtweg Einnahmen fehlen. Das ist eine Entwicklung, die die gastronomische Struktur im Lande verändert hat – weiter verändert.

Wir haben es draußen erlebt: Viele Betriebe haben aufgegeben – oft aus Alters- und Nachfolgegründen, manchmal eben auch aus wirtschaftlichen Erfordernissen. Gleichwohl erkennen wir zahlreiche Chancen, die sich aktuell ergeben können. Die beschlossene Mehrwertsteuersenkung auf Speisen auf 7% wird der Gastronomie zweifellos zur Jahreswende eine Entlastung bringen.



» Wir hören zuweilen von jungen Unternehmensgründern, die als Existenzgründer ihre Chancen zu nutzen versuchen.«

Dieses Einsehen der Politik wird vielen Betrieben helfen.

Es gibt des Öfteren auch erfreuliche Signale. Angebot und Nachfrage geraten zunehmend wieder in ein auskömmliches Gleichgewicht, so dass hier für den einen oder anderen Betrieb durchaus Möglichkeiten bestehen, die Öffnungszeiten zu überdenken, um brachliegendes Umsatzpotenzial

zu heben. Wir hören zuweilen von jungen Unternehmensgründern, die als Existenzgründer ihre Chancen zu nutzen versuchen.

Die Brauerei C. & A. VELTINS ist von einer entwicklungsfähigen Zukunft der Gastronomie überzeugt. Darum halten wir an unseren Investitionen fest. Auch nach mehr als 200 Jahren wissen wir das Gastronomie- und damit unser Fassbiergeschäft zu schätzen – auch als eine gesellschaftliche Bezugsgröße. Dort findet das Leben statt, dort begegnen sich Menschen.

Jeder Hektoliter Fassbier bedeutet gleich dutzendfache Begegnungen. Und so soll es bleiben! •

FABIAN VELTINS

übernimmt Marketing

Weichen gestellt: Fabian Veltins ist seit Sommer Geschäftsführer Marketing der Brauerei C. & A. VELTINS und verantwortet nach dreijähriger Einarbeitung alle Marketingaktivitäten. Damit hat die Privatbrauerei die Neuformation ihrer Unternehmensführung abgeschlossen.

Dem Sprecher der Geschäftsführung Dr. Volker Kuhl stehen damit für das Ressort Vertrieb Rainer Emig, für das Ressort Marketing Fabian Veltins sowie Peter Peschmann für den Bereich Technik und Thomas Römer für den Bereich Finanzen/Unternehmenssteuerung zur Seite. „Ich freue mich sehr, dass mein Neffe als Vertreter der sechsten Generation an zentraler Position Verantwortung übernimmt.

Er hat in den letzten drei Jahren bewiesen, dass er für das Familienunternehmen und die Brauwirtschaft brennt“, so die alleinige Gesellschafterin Susanne Veltins. „Es ist gut zu wissen, dass die erfolgreiche Kontinuität unseres Unternehmens mit Fabian Veltins durch ein engagiertes Familienmitglied gestärkt in die Zukunft geht“, sagte Dr. Volker Kuhl zur Komplettierung der Geschäftsführung.

Vielfältige Stationen in Ausbildung und Praxis.

Fabian Veltins hatte zunächst eine kaufmännische Ausbildung bei der Kölner Hofbräu P. Josef Früh KG absolviert. Nach seinem Master-Studium und seiner Ausbildung zum Brau- und Malzmeister bei Doemens war der Betriebswirt im Handelsaußendienst der Radeberger-Braugruppe tätig, ehe er ins Marketing zur Kölner Hofbräu P. Josef Früh KG zurückkehrte.

Nach seiner Tätigkeit bei der spanischen Brauereigruppe Mahou-San Miguel war Fabian Veltins am 1. Juli 2022 von Madrid nach Grevenstein gewechselt und konnte zwischenzeitlich als Fassbierchef und als Prokurist überdies in den Ressorts Finanzen/Unternehmenssteuerung und Braubetrieb umfassende Kenntnisse vertiefen. ●



Für Markt und Marke Geschäftsführung neu aufgestellt

Rainer Emig (Geschäftsführer Vertrieb), Dr. Volker Kuhl (Sprecher der Geschäftsführung) und Fabian Veltins, (Geschäftsführer Marketing), (v.l.)

PÜLLEKEN-WELT ERWEITERT:



HELLES ZITRÖNKEN

Spritzig, überraschend und sympathisch – das Pülleken erhält eine Naturradler-Variante: Mit dem Hellen Zitronken stellt die Brauerei C. & A. VELTINS einen zitronig-frischen Hellbier-Mix vor, der den beliebten Pülleken-Stil mit der fruchtigen Note naturtrüber Zitronenlimonade verbindet.

www.puelleken.de

#pülleken



ERFOLGSTOUR GEHT WEITER

Fünf Jahre nach Einführung ist das Helle Pülleken bundesweit die Nr. 3 im Hellbiersegment – in NRW sogar Marktführer.

Im ersten Halbjahr 2025 trug Pülleken rund 10 % zum Gesamtumsatz der Brauerei C. & A. VELTINS bei. Mit 188.100 hl wuchs die Marke um 4,9 %. Ein klarer Beleg für die starke Marktposition.



CHARMANT, HUMORVOLL, PÜLLEKEN.

Das Zitronken bleibt dem Pülleken-Stil treu: Protagonisten-Trio auf dem Etikett, frisches Design mit leuchtend-gelbem Kronkorken.



EIN SOMMER VOLLER EREIGNISSE

Ob Festival, Stadt-Event oder Tour mit dem Pülleken-Bus – die Marke war 2025 allgegenwärtig. Vom Pülleken-Biergarten auf dem Electrisize-Festival bis zum Düsseldorfer Búdchentag: Überall sorgte Pülleken für Aufmerksamkeit, Begeisterung und genussvolle Markenmomente.



SOMMERHIT IM SHOP



Pülletten für den Pülleken-Liebhaber

Die limitierten Pülletten waren im Onlineshop innerhalb kürzester Zeit ausverkauft. Ein weiterer Beweis für die vielen Pülleken-Liebhaber und ihre starke Bindung zur Marke.



Viel Spaß beim Stöbern im Shop:
veltins-shop.de



FRISCH, FRECH PÜLLEKEN

Beim Düsseldorfer Búdchentag war Pülleken als Sponsor sehr präsent: Das gebrandete „Pülleken-Büdchen“ zog viele Besucher an, unterstützt von digitalen Anzeigen und dem kultigen Pülleken-Bus – eine gelungene „Mini-Übernahme“ der Stadt.



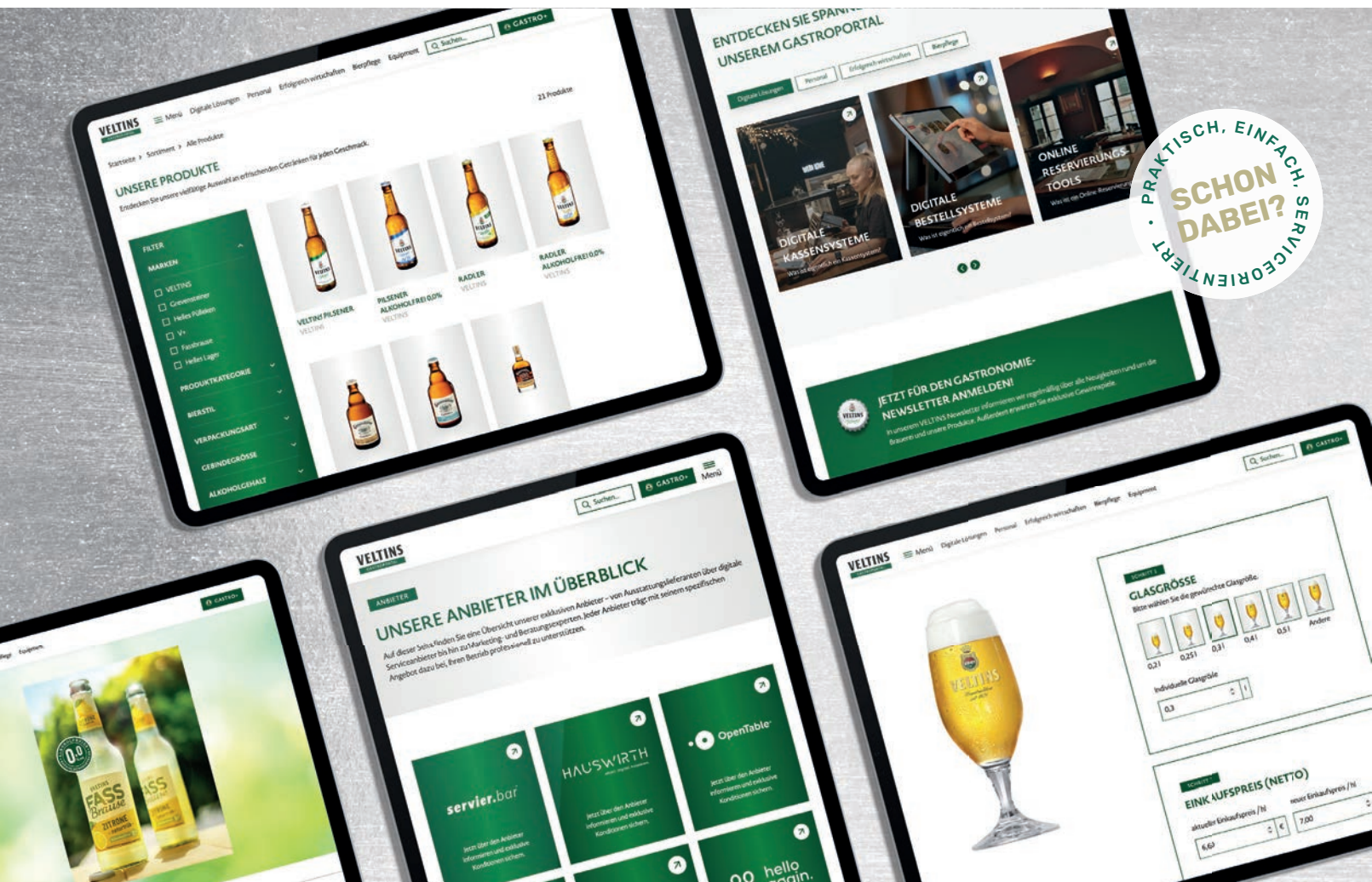
SPRITZIGER ZUWACHS

Mit seiner feinen Zitronennote und nur 2,5 % Alkohol bietet das Helle Zitronken eine spritzige Alternative zum klassischen Pülleken. Besonders beliebt ist es für leichte Genussmomente – nicht nur im Sommer.



VIelfältiger GenuSS

Mit dem Pülleken und dem neuen Zitronken zeigt VELTINS, wie sich Tradition und Innovation verbinden lassen. Die Marke behauptet ihre starke Position am Markt und überzeugt regelmäßig mit neuen, frischen Ideen.



Digital, einfach und nah:

DAS VELTINS GASTROPORTAL

BIETET PRAKTISCHEN SERVICE IM GASTRONOMIEALLTAG

SERVICE

Seit Ende letzten Jahres bietet das neue VELTINS Gastroportal Gastronomiebetreibern eine hilfreiche Anlaufstelle für verschiedenste Fragen und Services. VELTINS hat bei Gastronomen und Außendienstmitarbeitern der Brauerei C. & A. VELTINS nachgefragt, welche Erfahrungen sie bislang mit diesem neuen Online-Tool gesammelt haben.

www.veltins-gastroportal.de

#gastronomie

Als langjähriger Partner der Gastronomen bekommt VELTINS im persönlichen Austausch immer wieder gespiegelt, dass die Gastronomie mit diversen Herausforderungen kämpft: Der Fachkräftemangel oder die gestiegenen Energiepreise und Gewerbesteuern sind nur einige davon. An der Seite der Gastronomen stehend möchte die Brauerei C. & A. VELTINS mit dem Gastroportal dort unterstützen, wo sie kann und gleichermaßen praxisnahe wie einfache Lösungen liefern, um einen bestmöglichen Beitrag im herausfordernden gastronomischen Alltag zu leisten. So finden Gastronomen Tools mit Mehrwert für ihren Arbeitsalltag, wie z.B. Informationen zu digitalen Bestell-, Reservierungs- oder Kassensystemen. Der

VELTINS-Kunden können Sie sich kostenfrei im Gastro+ Bereich anmelden.



Bierpreisrechner hilft ganz konkret bei der Planung und Prognose von Kosten und Erträgen. Digitale Vorlagen für Stellenanzeigen oder Posts liefern Unterstützung bei der Personalgewinnung. Und weil der professionelle Social Media-Auftritt auf Instagram oder Facebook auch für Gastronomen immer wichtiger wird, finden sich im Gastroportal auch Vorlagen und Tipps für die Präsenz auf Social Media. Zu technischeren Themen wie dem Auf- und Abbau von Ausschankwagen gibt es praktische Tutorial-Videos sowie hilfreiche Tipps zur richtigen Handhabung der Schanktechnik und der Schankanlagenwartung.

„Bei meinen Gesprächen mit Gastronomiekunden ist der **Bierpreisrechner** besonders hilfreich. Denn das Tool hilft den Gastronomen ganz pragmatisch, bei der Planung und Prognose von Kosten und Erträgen.“

Frank Wessel
Key Account Manager,
Brauerei C. & A. VELTINS

„Wir verstehen unsere vertriebliche Tätigkeit in vielerlei Hinsicht als Consulting-Leistung und bringen unsere langjährige Expertise in das Gespräch mit dem Gastronomen ein. Es ist eben nicht nur das Produktportfolio, das die Brauerei C. & A. VELTINS zu einem guten Bierpartner für die Gastronomie macht. Durch den täglichen Dialog mit der Gastronomie und dem Getränkefachgroßhandel verfügen die VELTINS-Mitarbeiter über tiefgehende Kenntnisse der Branche und sind mit zahlreichen Experten sehr gut vernetzt.“

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



Das VELTINS Gastroportal bietet auf einen Blick hilfreiche Services und Tipps für Gastronomen.

Als Kunde der Brauerei kann man sich kostenfrei mit seiner Kundennummer im Gastro+ Bereich anmelden und so von exklusiven Angeboten und branchenrelevanten Services profitieren. Die Brauerei C. & A. VELTINS wählt die Partner für das Gastroportal gezielt aus, um den angemeldeten Nutzern die Leistungen zu bieten, die ihnen einen echten Mehrwert bringen. Die dynamische

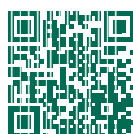


Der Anmeldeprozess funktioniert ganz einfach in wenigen Schritten.

„Wir haben Anfang des Jahres unser digitales Kassensystem bei der Firma Hauswirth über das Gastroportal erworben. Insgesamt waren wir sehr zufrieden mit der Zusammenarbeit. Vom ersten Kontakt über die Abwicklung bis hin zur Einrichtung zu unserem Wunschtermin lief alles reibungslos. Auch der Rabatt, den wir über das Gastroportal erhalten haben, war attraktiv. Besonders positiv am Gastroportal finde ich, dass alle wichtigen Informationen und Partnerangebote gebündelt verfügbar sind – die Qualität der Netzwerkpartner stimmt!“

Nils Kreidewolf
Restaurant Bürgerhof
in Bad Zwesten

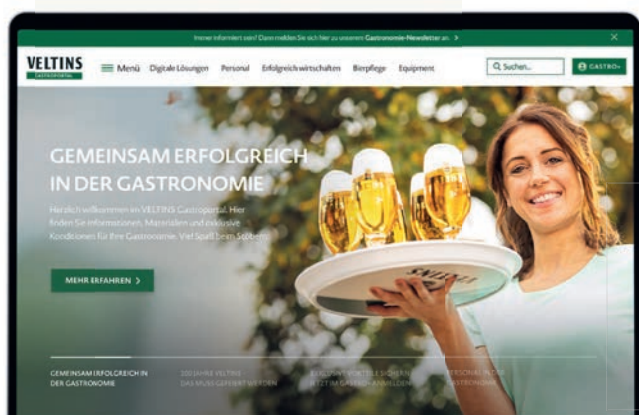
Plattform wird kontinuierlich mit neuen Inhalten, Netzwerkpartnern und Angeboten gefüllt und weiterentwickelt. In dem Gastroblog „Frisch gezapft“ gibt es ergänzende News und hilfreiche Tipps, z.B. zur Wahl des richtigen Bierglases für verschiedene Biertypen. Wer keine Neuigkeiten rund um das Gastroportal verpassen möchte, kann sich zum Newsletter anmelden. Einfach den untenstehenden QR-Code scannen und die E-Mail-Adresse eintragen. ●



veltins-
gastroportal.de

REGISTRIEREN UND GEWINNEN:

Unter allen VELTINS-Gastronomiepartnern, die sich bis zum 7. November 2025 im Gastro+ Bereich angemeldet haben, verlosen wir fünf Gutscheine à 150 Euro für unseren VELTINS Online-Shop. Einfach kostenlos registrieren über den QR-Code:



Frisches VELTINS in der belgischen Hauptstadt

NRW-LANDESREGIERUNG FEIERT SOMMERFEST IN BRÜSSEL

Westfalen liegt im Herzen von Nordrhein-Westfalen und für einen Tag auch mitten in Belgien. Denn Westfalen war diesjährige Partnerregion des Sommerfestes der NRW-Landesvertretung bei der Europäischen Union in Brüssel – frisches VELTINS sagt „zum Wohl“.



Ausgeschenkt wurden frisches VELTINS vom Fass sowie alkoholfreie Spezialitäten aus Grevenstein.



Das Team von Olaf Baumeister, Inhaber und Chefkoch des Hotel-Restaurants Seegarten in Sundern-Langscheid, servierte den Gästen allerlei Köstlichkeiten aus dem Sauerland.





Ein gelungener Tag zum Anstoßen: Auf Initiative von NRW-Ministerpräsident Hendrik Wüst (dritter von links) war der Austausch zwischen Gästen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft auf dem Sommerfest der NRW-Landesvertretung ein voller Erfolg.

Es war ein herrlicher Juli-Tag, als das Sommerfest der Vertretung des Landes Nordrhein-Westfalen bei der Europäischen Union in Brüssel stattfand. Im Fokus des fachkundigen Tages: die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von Deutschlands größtem Bundesland. Auf Initiative von NRW-Ministerpräsident Hendrik Wüst waren Vorstandsvorsitzende von großen nordrhein-westfälischen Unternehmen sowie der Präsident der Landesvereinigung der Unternehmensverbände Nordrhein-Westfalen e.V., Arndt Kirchhoff, zu einem Austausch mit Kommissionspräsidentin Ursula von der Leyen in Brüssel zusammengekommen. In seiner Sommerfest-Eröffnungsrede hob Ministerpräsident Wüst die zentrale Rolle Nordrhein-Westfalens für Europa hervor. NRW sei auf dem besten Weg, führender Standort für Künstliche Intelligenz und moderne Industrie in der EU zu werden – getragen von einer starken Wirtschaft, innovativen Unternehmen und einer klaren Vision für die Zukunft. Für die Landesregierung nahmen neben dem Ministerpräsidenten die stellvertretende Ministerpräsidentin und Wirtschaftsministerin Mona Neubaur sowie Europaminister Nathanael Liminski teil. Westfalen war die diesjährige Partnerregion des Sommerfestes der NRW-Landesregierung und präsentierte sich sichtbar als wirtschaftlich erfolgreiche Region. Nicht umsonst wird Westfalen gern als „das Land der Familienunternehmen“ bezeichnet, die Region war mit mehreren Ausstellern und regionalen Spezialitäten vertreten. Die Brauerei C. & A. VELTINS ist seit mehr als 200 Jahren familiengeführt und unterstützte das

» NRW ist auf dem besten Weg, führender Standort für Künstliche Intelligenz und moderne Industrie in der EU zu werden. «

Hendrik Wüst
NRW-Ministerpräsident



NRW-Sommerfest deshalb gern mit frischem VELTINS. Für das leibliche Wohl in Brüssel sorgte ebenfalls ein bekannter Sauerländer Gastronom, der langjährig mit der Brauerei C. & A. VELTINS verbunden ist. Olaf Baumeister, Inhaber und Chefkoch des Hotel-Restaurants Seegarten in Sundern-Langscheid, übernahm

das Catering und verwöhnte die Gäste des NRW-Sommerfestes mit allerhand Leckereien aus dem Sauerland. Darüber hinaus bediente sein Team den Zapfhahn und schenkte frisches VELTINS vom Fass sowie alkoholfreie Spezialitäten aus Grevenstein in der belgischen Hauptstadt Brüssel aus.

Das Fazit des sommerlichen Events: Gute Gespräche, ein Zusammenkommen an einem warmen Sommerabend – das ist ein frisches VELTINS ein gern gesehener und kommunikativer Begleiter. Rund 1.000 Gäste folgten der Einladung zum Sommerfest und erlebten einen abwechslungsreichen Abend in der belgischen Hauptstadt Brüssel. In lockerer Atmosphäre kamen Gäste aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft in den Austausch, alte Kontakte wurden aufgefrischt und neue geknüpft. ●



Rund 1.000 Gäste erlebten in lockerer Atmosphäre einen abwechslungsreichen und geselligen Abend in der belgischen Hauptstadt Brüssel.



MILD TO GO

HELLES LAGER

IN DER DOSE

Nach der erfolgreichen Produkteinführung von VELTINS Helles Lager im vergangenen Jahr hat die Brauerei C. & A. VELTINS den beliebten, süffig-milden Biergenuss nun auch in der Dose vorgestellt.

www.veltins.de

#helleslager



Seit Sommer 2025 ist das Helle Lager in der handlichen 0,33-l-Dose bundesweit erhältlich – als Einzeldose und im praktischen Sixpack.

„Wir sehen einen klaren Trend zur Dose – sie erweitert nicht nur die Verwendungsmöglichkeiten, sondern passt auch perfekt zu einem aktiven Lebensstil“, erklärt Stefan Wiesmann, Marketingdirektor der Brauerei C. & A. VELTINS. „Mit der Einführung sprechen

» Es ist wie geschaffen für den milden Biergenuss unterwegs. «

Stefan Wiesmann
Marketingdirektor der
Brauerei C. & A. VELTINS

wir gezielt eine junge, urbane Zielgruppe an, die Wert auf Spontaneität, Design und unkomplizierten Genuss legt.“

Die 0,33-l-Dose hat sich in den letzten Jahren als relevantes Gebinde im wachsenden Dosenmarkt etabliert; insbesondere im Segment der Lagerbiere prägt sie den Status Quo. Mit ihrem kompakten und flexiblen Format trifft sie den Nerv einer jungen Zielgruppe – und eröffnet gleichzeitig den Zugang zu neuen Konsumenten. „Gerade das kleine, handliche Format sorgt für zusätzliche Relevanz – es ist wie geschaffen für den milden Biergenuss unterwegs“, so Wiesmann weiter. Das moderne Dosendesign, aufmerksamkeitsstark und mit Markenelementen aus dem VELTINS-Wappen wie Kelch, Krone und Blüte gestaltet, sorgt für spürbare Kaufimpulse im Regal und im Aktionsgeschäft. Unter dem Motto „Neubierig? Probier's mal mild!“ lädt das Helle Lager gezielt zum Entdecken des mildesten VELTINS aller Zeiten ein. •

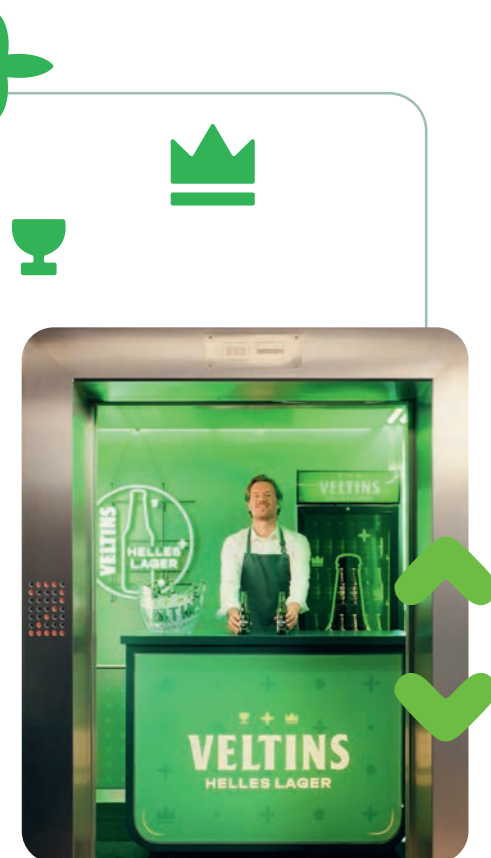
AFTER WORK REELS GEHEN DURCH DIE DECKE

VELTINS Helles Lager ist wohl die perfekte Begleitung nach Feierabend. Zum geselligen After-Work lädt daher in der jüngsten Zeit die „Lager-Aufzugbar“ in den sozialen Medien ein. Im Rahmen einer kleinen sechsteiligen Serie bei Instagram und Co. präsentierte die Marke die außergewöhnliche Bar im Aufzug eines Bürogebäudes. „Die kurzweiligen Reels zählen dieses Jahr zu unseren Online-Highlights. Mehrere Millionen Klicks konnte unsere ‚Lager-Aufzugbar‘ generieren“, so VELTINS-Marketingdirektor Stefan Wiesmann. Während in den After-



Work-Reels die augenfällige grüne Flasche mehr Sichtbarkeit bekommt, sorgt schon das nächste Online-Video für Klicks und Reichweite: Mit dem Dosen-Truck fährt das Helles Lager sozusagen direkt zum Wegschnappen vor.

Darüber hinaus ist die Marke VELTINS Helles Lager aber natürlich nicht nur über Social Media nah an der Zielgruppe, sondern sorgt durch Sampling-Aktionen weiterhin für neue Kontakte. Im Wintersemester startet eine neue Sampling-Runde in der Study-Box. •



Ein Hingucker: Die "Lager-Aufzugbar".



SPASS, ACTION UND MUSIK MIT BIERMIX V+

Der beliebte Biermix V+ steht für Festival-Feeling, erlebnisreiche Aktivitäten mit Freunden und pure Lebensfreude. Auch im Sommer 2025 war davon wieder viel zu spüren!

Auf dem Supremacy-Festival in Dortmund wurde bereits im Frühjahr die diesjährige Festival-Saison für V+ gestartet. Das Musik-Event für „RAW-Hardstyle“ fand in den vergangenen Jahren immer in den Niederlanden statt. Jetzt kam es erstmals nach Deutschland, und der gute-Laune-Biermix V+ war direkt mit am Start. 10.000 Musikbegeisterte feierten die 20 Artists und die begleitenden Licht-, LED-,

Laser- und Soundshows. Beim Mayday, dem größten deutschen Indoor-Rave in den Dortmunder Westfalenhallen, tanzten rund 20.000 Raver in den Mai. 7.000 Karnevalsfans eroberten zum dritten Mal beim beliebten Festival Jeck en de City in Hückelhofen das alte Zechengelände und feierten die fünfte Jahreszeit zum Sommerbeginn. Wo auch immer, mit V+ konnten alle Feierwütigen Musik, Action und Spaß erleben!





Das Marketing für den Biermix V+ wurde in der Sommersaison 2025 mit neuen Elementen ausgebaut. So waren bei den beliebten Festivals Ruhr in Love in Oberhausen und Nature One in Kastellaun zum ersten Mal auch gebrandete V+ Getränkeautomaten im Einsatz. Dort erhielten die Besucher ihr eiskaltes V+ oder auch VELTINS-Pilsener in der Dose als praktisches „Wegbier“. So war auch der Weg von einer Bühne zur nächsten



bei heißen Temperaturen erträglich! An dem nicht zu übersehenden V+ Stand erlebten Festival-Besucher nicht nur die Sortenvielfalt, sondern konnten außerdem mit ihren alten und neuen Freunden in einer Fotobox Erinnerungsfotos machen.

INFLUENCER-KOOPERATIONEN FÜR AUTHENTISCHE VIBES

In diesem Jahr war V+ sogar Premiumpartner des Electrize-Festivals in Erkelenz. Zur weiteren Markenaktivierung wurden Influencer-Kooperationen umgesetzt, die auf authentische Art und Weise die Lebensfreude und Freude mit der Marke an ihre Follower transportierten. Eingeteilt in drei Teams, die die Sorten V+ Curuba, V+ Berry X und V+ Wild Berry repräsentierten, meisterten die Influencer gemeinsam Challenges und Spiele – immer mit dem Ziel: Spaß zu haben und Punkte zu sammeln! Schließlich winkte nicht nur dem Gewinnerteam ein sommerliches V+ Party-Paket, sondern auch die Fans konnten bei dieser Kooperation mit etwas Glück gewinnen.

Über alle Events, bei denen V+ bislang präsent war, wurden bereits mehr als 300.000 Festivalbesucher direkt vor Ort erreicht.

NOCH WEITERE EVENTS IM OKTOBER UND NOVEMBER

Der Festival-Sommer mit V+ war insgesamt wieder ein voller Erfolg: Über alle Events, bei denen V+ bislang präsent war, wurden bereits mehr als 300.000 Festivalbesucher direkt vor Ort erreicht. Zwar ist die Outdoor-Festivalsaison zeitlich begrenzt, doch gibt es auch indoor in diesem Jahr noch einige Highlight-Events, die Gelegenheit bieten, herauszufinden, welche V+ Sorte die neue Lieblingsorte wird. Im Oktober werden in Dortmund Syndicate und im Dezember Toxicator in Mannheim in Partnerschaft mit V+ begeistern. ●

Neue limitierte Edition:

V+ WILD BERRY

In den Sommermonaten war die neue limitierte Edition V+ Wild Berry im Handel erhältlich. Das fruchtige Biermischgetränk aus 80 % Bier und 20 % Erfrischungsgetränk mit Wild Berry-Geschmack überzeugte durch sein glänzendes Beerenrot. Das Feedback aus dem Handel zeigt, dass



die Kunden nicht nur den Geschmack, sondern auch das aufmerksamkeitsstarke moderne Produktdesign lieben. Gemessen an der Zahl der Abverkäufe ist V+ Wild Berry die bislang stärkste V+ Limited Edition. Flankiert wurde der Produktstart von einer reichweitenstarken Influencer-Kampagne sowie Werbeanzeigen auf Tinder. Damit erzielten diese Marketing-Aktionen mit dem Hashtag #letsgetwild rund 2,4 Millionen Kontakte.

GASTRONOMISCHE VIELFALT IN FREIZEITBÄDERN



Ein Tag im Freizeitbad – das bedeutet für Familien, die sportlichen Schwimmer und für Sauna-Liebhaber gleichermaßen eine kleine Auszeit vom hektischen Alltag. Erlebnisbäder sind längst mehr als ein reines Schwimmbecken und besitzen Magnetwirkung, weil sie eine veritable Gastronomie für Hunderttausende Besucher jährlich bereithalten.

www.veltins.de

#schwimmbadgastronomie

AQUAMAGIS ERLEBNISBAD

Dr. Uwe Allmann
Plettenberg

Im AquaMagis Erlebnisbad in Plettenberg kommen Schwimmbegeisterte und Rutschenprofis so richtig auf ihre Kosten. Seit 2003 gibt es das große Erlebnisbad im Märkischen Kreis, das seitdem als Familienziel begeistert. Die Brauerei C. & A. VELTINS ist Partner seit der Eröffnung und heute mit dem gesamten Produktportfolio von VELTINS Pilsener über Fassbrausen und dem Hellen Lager bis hin zu Maisel's Weisse präsent. „Diese Partnerschaft ist weit mehr als eine reine Ausstattung mit beliebten

Getränken“, so VELTINS-Verkaufsleiter Sven König, „im gemeinsamen Gespräch entwickeln wir Aktionen, um die Attraktivität für die Zielgruppen noch zu stärken.“ So gibt es beim „Family's Splash“ besondere Attraktionen für Familien – VELTINS unterstützt dann mit Equipment und Fassbrause. Vor geraumer Zeit hatte man gezielt die über 18-Jährigen angesprochen und zum „V+ Spaß“ geladen. „Das war eine gelungene Kooperation mit der Uni Siegen“, berichtet Dr. Uwe Allmann, Geschäftsführer des AquaMagis, „wir hatten eine tolle Resonanz, die Bude war voll.“ An besonders heißen Tagen gibt es auch schon mal ein spontanes Fassbrause-Sampling auf dem Parkplatz – das kommt an. 250.000 Tagesgäste, dazu noch 50.000 kommunale Besucher

kommen Jahr für Jahr ins AquaMagis und genießen die Badelandschaft und das Rutschenparadies. Neueste Attraktion ist die 22 Meter hohe Rutsche mit dem viel-sagenden Namen „Shooting-Star“. Rund 100 Mitarbeiter kümmern sich um die Sicherheit und das leibliche Wohl der Gäste in den drei gastronomischen Bereichen des Schwimmbades: an der SB-Theke, in der Karibikwelt sowie im Bistro des Kassenbereichs. Dennis Sachsse ist als Betriebsleiter verantwortlich für die Gastronomie und weiß, dass im Erlebnisbad insbesondere alkoholfreie Getränke stark nachgefragt werden. Das angrenzende

Bis zu 300.000 Besucher kommen Jahr für Jahr in das AquaMagis nach Plettenberg, besonders die Rutschenvielfalt ist beliebt.

Dr. Uwe Allmann (l.), Geschäftsführer AquaMagis, Sven König, VELTINS-Verkaufsleiter und Dennis Sachsse (r.), Betriebsleiter Aquamagis füllen die Partnerschaft mit Leben.





Das Nass ist sehr zufrieden mit der Bad-Gastronomie: Sebastian Mörchen (l.), VELTINS-Gebietsverkaufsleiter, und Bernd Löhr, Geschäftsführer Nass stoßen auf die Zusammenarbeit an.

» Wir sind sehr zufrieden, gerade das Mittagsgeschäft läuft gut. «



Die Theke in der 5-Sterne-Sauna ist sehr einladend gestaltet, ein gehobeneres Genussangebot wird gern angenommen.

AquaMagis-Resort ergänzt den Besuch in Plettenberg – dieses Übernachtungsangebot soll nach Plänen von Dennis Sachsse künftig noch attraktiver werden.

FREIZEITBAD NASS

Bernd Löhr
Arnsberg

Das Freizeitbad Nass in Arnsberg ist direkt am Ruhrtalradweg gelegen und bis weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannt für das Erlebnisbad und die 5-Sterne-Saunalandschaft. Während das Bad für Familien, Vereine und Schulen das geeignete Angebot liefert, genießen im Saunabereich Besucher mit oftmals

längerer Verweildauer das Angebot. Seit der Öffnung am 1. Januar 2004 haben mehr als 6,5 Mio. Gäste das Nass besucht – VELTINS ist als Partner vom Start an dabei. Das Nass, ein Tochterbetrieb der Stadt Arnsberg, wird komplett aus einer Hand betrieben. Dazu gehört selbstverständlich auch das gastronomische Angebot. Der externe Bereich mit 60 Plätzen und einem Biergarten ist beliebt, weiß Bernd Löhr, Geschäftsführer des Nass: „Wir sind sehr zufrieden, gerade das Mittagsgeschäft läuft gut.“ Private Gäste oder auch kleine Gruppen aus Unternehmen nehmen das Angebot gut an, besonders der Schnitzeltag ist beliebt.

Im Bad selbst bedient sich der Gast im SB-Bereich selbst. In der Sauna steht ein gehobeneres Genussangebot zur Verfügung, der Thekenbereich wurde vor etwa zehn Jahren ansprechend und einladend neu gestaltet. „Die drei unterschiedlichen Gastrobereiche bedienen wir mit unterschiedlichen Speisekarten, das hat sich bewährt“, so Bernd Löhr. Auch im Saunagarten gibt es einen gastronomischen Außenbereich, der durch die Sonnenschirme von Maisel's Weisse einladend und weithin sichtbar ist. Beliebt sind natürlich VELTINS Fassbrause und Maisel's Weisse alkoholfrei, aber auch VELTINS Pilsener und Grevensteiner Original vom Fass werden im Nass gern bestellt. Erst 2021 und 2024 wurde das Erlebnisbad erweitert. Seitdem stehen zusätzlich ein Kursbecken und ein Lehrschwimmbecken zur Verfügung. →





Die Gäste kommen gern ins Café Mare – Stefan Vogel (l.), WGS, Christian Fecke, Maximare, und Axel Bierbrodt (r.), VELTINS-Gebietsverkaufsleiter, stimmen das Getränkeangebot ab.

und Kommunikation“, ergänzt VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Axel Bierbrodt. Im Saunabereich kommt die Sauna-Lounge mit 100 Plätzen hinzu, außerdem der SB-Bereich Aqua-Snack und das zusätzlich buchbare Café Lebenswert.



Das Maximare in Hamm vereint Aquawelt mit Erlebnis- und Sportbecken sowie den großen Saunagarten mit Wellnessangebot.

MAXIMARE ERLEBNISTHERME

Christian Fecke
Hamm

In Hamm dürfen die Besucher ins Maximare eintauchen. Die Erlebnistherme wurde 2003 eröffnet und begrüßt jährlich bis zu 500.000 Gäste. Das Maximare vereinbart ebenso wie die anderen Bäder verschiedene Bereiche: Die Aquawelt mit Eventrutschen und Wellenbecken, das Solebecken, den Saunagarten und die Wellnesswelt. Besonders stolz ist man auf das wettkampftaugliche 50-Meter-Sportbecken, das von Vereinen und Schulen für Wassersport genutzt wird. Selbst Wasserball-Länderspiele wurden schon ausgetragen und die Kanuten aus Hamm trainieren hier. „Das Element Wasser hat eine sehr lange Tradition in Hamm“, weiß Christian Fecke vom Maximare. Dabei wird das gastronomische Angebot sehr gepflegt, seit fünf Jahren gemeinsam mit den Marken VELTINS, Grevensteiner und

Maisel's Weisse. Schon von außen begrüßt das Café Mare mit einladender Außengastronomie und einem offen gestalteten Indoor-Bereich. Bemerkenswert: „Zwei Drittel der Gäste kommen zu uns, ohne die Therme zu besuchen“, berichtet Christian Fecke. Sie wissen die täglich wechselnden Tagesgerichte zu schätzen. Mit Küchenchef Steffen Windrath und Gastroleiter André Krawczyk sollen die Wünsche aller Gäste erfüllt werden. So können diese Räumlichkeiten und zwei Tagesräume auch für private Feierlichkeiten, Hochzeiten, Geburtstage, Firmenveranstaltungen oder Workshops gebucht werden. „Wir begrüßen ausdrücklich dieses gastronomische Engagement und unterstützen Events mit Thekentechnik



**» Zwei Drittel der
Gäste kommen zu
uns, ohne die Therme
zu besuchen. «**



SAUERLANDBAD

Dirk Haupt

Schmallenberg-Bad Fredeburg

Seit 25 Jahren gibt es das SauerlandBAD in Schmallenberg-Bad Fredeburg. Der Ortsteil Fredeburg hat seit Jahren einen sogenannten „Bad-Status“, und der soll auch erhalten bleiben. Deswegen wird neben dem Freibad in Schmallenberg von der Stadt das SauerlandBAD betrieben. Seit 2024 wurde hier alles sichtlich erneuert, lediglich das Schwimmbcken wird alsbald mit neuem Hubboden geöffnet. Die Investitionen stärken das Familienbad als wichtigen Anlaufpunkt in der Region und verbessern zusätzlich die Lebensqualität für Bewohner und Touristen – rund 140.000 Gäste besuchen das Bad im Jahr. „Das SauerlandBAD gilt als Ankerbetrieb im Schmallenberger Sauerland“, berichtet Geschäftsleiter Dirk Haupt. Hier finden viele Sport- und Gesundheitskurse statt, oft setzt man sich danach im Gastronomiebereich zusammen. Es gibt drei Bereiche: Im Bad, extern im Kassenbereich und im Saunabereich. Die Küche ist zentral platziert und wird über verschiedene akustische Schellen aus den Bereichen angesteuert. Das spart Personal. Dirk Haupt hat drei Prämissen für seine Gastronomie: „Es muss schnell gehen, es muss top schmecken und die Speisen müssen genussvoll präsentiert sein.“ Wegen der Wärme und



» Es muss schnell gehen, es muss top schmecken und die Speisen müssen genussvoll präsentiert sein. «



Luftfeuchtigkeit im Bad wird VELTINS Pilsener vom Fass ausschließlich von der externen Theke bedient. Eine gute Lösung, denn die Zapfqualität muss stimmen. „Außerdem werden Maisel's Weisse Alkoholfrei und die VELTINS Fassbrausen gut nachgefragt“, ergänzt VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Michael Schöllmann. Mit Aktionen wie langen Saunanächten und dem beliebten Lichterschwimmen am Heiligabend macht das SauerlandBAD immer wieder auf sich aufmerksam. ➔



VELTINS und das SauerlandBAD sind Partner der ersten Stunde: Dirk Haupt (l.), Geschäftsleiter, und Michael Schöllmann, VELTINS-Gebietsverkaufsleiter, sind stolz auf die langjährige Zusammenarbeit.



AQUAFUN

Timo Schirmer

Soest

In der Soester Börde ist das AquaFun Soest ein beliebter Treffpunkt: In der Wasserwelt und im AquaSpa werden jährlich 320.000 Gäste gezählt. Natürlich ist die Küche zentral und funktional angelegt, sodass Familienbad, Freibad und 5-Sterne-Sauna effizient bespielt werden können. „Wir haben an allen Theken die gleiche Karte im Einsatz und bieten ein hochwertiges Angebot an“, so Timo Schirmer, Geschäftsführer des AquaFun. Das zahlt sich aus, denn durch die hochwertigeren Speisen erhält die Küche eine höhere Auslastung und die Gäste bleiben länger. Gerade im Aqua-

**» Die Gastronomie
im AquaFun
entwickelt sich
durchweg positiv. «**



Das AquaFun bietet jährlich 320.000 Gästen ein tolles Baderlebnis und ein abwechslungsreiches gastronomisches Angebot.

Spa mit dem À-la-carte-Restaurant und der Außenterrasse stellt sich schnell ein Urlaubsgefühl ein, das durch die Poolbar noch verstärkt wird. „Die Gastronomie im AquaFun entwickelt sich durchweg positiv“, betonen VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Sascha Zillmer und Stefan Vogel, WGS-Standortleiter Bad Sassendorf, einstimmig. Gemeinsam mit dem Westfälischen Gastronomie-Service (WGS) als Getränkefachgroßhändler wurde ein Becher mit beiden Logos für den Ge-

tränkeausschank ohne Glas entwickelt, der auch optisch sehr gut bei den Besuchern ankommt. Fast schon legendär ist das Saunafestival, das auch im Herbst 2025 wieder veranstaltet wurde. Weit mehr als einen Saunaabend bietet diese Veranstaltung mit Supermarkt, Bierpong-Area, Liveband und Möglichkeit zur (Spaß-)Hochzeit; sie sorgt in der Sauna für echtes Soester Festivalgefühl. Die Brauerei C. & A. VELTINS unterstützt natürlich mit Equipment und dem genussvollen VELTINS-Sortiment. In der Wasserwelt mit Badelandschaft, Rutschen, Sportbecken und angegliedertem Freibad werden Speisen und Getränke an der SB-Bar „Iss was“ angeboten. Natürlich sind auch hier Pommes mit Currywurst der Renner, aber auch hochwertige Angebote werden gern nachgefragt.

Gemeinsam mit Sascha Zillmer (l.), VELTINS-Gebietsverkaufsleiter, und Stefan Vogel (r.), WGS, entwickelte Timo Schirmer, Geschäftsführer AquaFun, die optisch ansprechenden Getränkebecher für den Ausschank im Bad.



Frisches VELTINS

IN DER BÄDER-GASTRONOMIE

AQUAMAGIS

Böddinghauser Feld 1
58840 Plettenberg
www.aquamagis.de

FREIZEITBAD NASS

Am Solepark 15
59759 Arnsberg
www.nass-arnsberg.de

ERLEBNISTHERME MAXIMARE

Jürgen-Graef-Allee 2
59065 Hamm
www.maximare.com

SAUERLANDBAD

Sportzentrum 1
57392 Schmallenberg
www.sauerland-bad.de

AQUAFUN SOEST

Ardeyweg 35
59494 Soest
www.aqua-spa-fun.de

LAGUNEN-ERLEBNISBAD

Am Hagen 9-10
34508 Willingen (Upland)
www.kurbetrieb-willingen.de/
lagunen-erlebnisbad

LAGUNEN-ERLEBNISBAD

Jannick Göbel

Willingen

Das Warten wird sich lohnen, es geht mit großen Schritten dem Ziel entgegen – das Lagunen-Erlebnisbad in Willingen präsentiert sich voller neuer Reize. Seit fünf Jahren wird an Stelle des alten Bades renoviert und gebaut und es entsteht ein nagelneues Erlebnisbad mit allem, was das Gästehertz sich wünscht. Die Eröffnung ist für Dezember geplant. Dann werden ein Sportbereich/Sportbecken, mehrere Rutschen, eine Eisgrotte, ein Wellenbecken, eine Textilsauna sowie eine große Saunalandschaft begeistern. Willingen mit einer Million Übernachtungen und einem hohen touristischen Angebotsbedarf rechnet heute vorsichtig mit mehr als 250.000 Gästen und großem Interesse gleich nach der Eröffnung. Die Gastrono-



Im Dezember wird das neue Lagunen-Erlebnisbad in Willingen eröffnet. Jannick Göbel (l.) und Ronny Marquardt werden die Gastronomie View übernehmen und warten mit Spannung auf den ersten Gast. Alexander Pack, VELTINS-Gebietsverkaufsleiter, steht beratend zur Seite.

mie wird die Göbel-Hotelgruppe übernehmen und in einer eigenen Betriebsgesellschaft führen. „Es ist sehr spannend, da wir alle Einrichtungen und Abläufe aktuell nur theoretisch planen können“, so Jannick Göbel, kaufmännischer Leiter der Göbel Hotels. Gemeinsam mit dem Lagunenbad wird eine externe Gastronomie mit großer Außenterrasse eröffnet. „Davon versprechen wir uns sehr viel, denn man hat einen herrlichen Blick auf die Willinger Berge und die Badelandschaft selbst“, ergänzt Ronny Marquardt, Assistenz der Geschäftsführung. Das Speisenangebot muss sich entwickeln, man darf sich nicht verzetteln zu Beginn. Aber die

» Man hat einen herrlichen Blick auf die Willinger Berge. «



Göbel Hotelgruppe bringe eine so hohe Expertise und Erfahrung für die Gastronomie mit, dass VELTINS-Gebietsverkaufsleiter Alexander Pack von Anfang an vom Erfolg überzeugt ist: „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und ergänzen das gastronomische Know-how von Göbel mit unserem VELTINS-Sortiment.“ Unter dem Namen „View“ wird die Gastronomie außen sowie im Lagunenbad eröffnen und die Gäste der Region begeistern. •

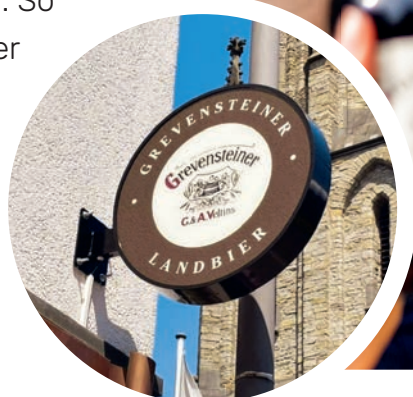


MIT GREVENSTEINER AUF (WANDER)TOUR

Der Instagram-Kanal **@grevensteiner** vermittelt echte Wanderlust, Sauerlandliebe und Begeisterung für die traditionelle Braukultur des naturtrüben Landbiers. So lohnt es sich für Genussfreunde immer wieder, mal vorbeizuschauen und neue Inspirationen zu entdecken.

Ob traditionelle Hausmannskost, deftige Burger oder klassische Brotzeit – der Genusswelt von Grevensteiner sind keine Grenzen gesetzt. Grevensteiner ist stark in der Gastronomie vertreten und auf dem Social Media-Kanal wird dieser gelebte Biergenuss geteilt. Sei es gesellig am Tresen oder im lauschigen Biergarten, via Instagram erhalten die Follower nicht nur Ausflugs- und Gastrotipps, sondern darüber hinaus in kurzweiligen Reels auch leckere Rezeptvorschläge für die Zubereitung daheim.

Die Verbundenheit von Grevensteiner zur Region wird in der Vielfalt der Social Media-Posts deutlich, die an den verschiedensten Orten im Sauerland entstanden sind. Grevensteiner ist kreuz und quer in der Heimat unterwegs und gibt un-



ter den Hashtag **#sauerlandliebe** und **#wanderlust** tolle Einblicke in die Region und macht auf diese Weise Lust, die Heimat zu Fuß, mit dem Rad oder mit dem Auto zu erkunden.

Auch Gastronomiebetriebe können sich über neue Branding-Angebote von Grevensteiner freuen: Ganz neu verfügbar ist das Außenwerbeschild im Grevensteiner-Look. Das Hotel Restaurant Bürgerstube in Velbert hat bereits zugegriffen und schmückt seine Außenfassade nun mit dem authentischen Grevensteiner-Design.

GREVENSTEINER OLDTIMER EIN BLICKFANG

Der Grevensteiner Oldtimer war auch im Sommer 2025 wieder auf Tour quer durch Deutschland und wurde bei Veranstaltungen, aber auch bei Handels-Promotions eingesetzt. Er machte unter anderem bei der Oldtimer-Rallye in Bad Sassendorf, bei Edeka-Märkten in Lahnu und Lich oder auch beim Sommer-BBQ der Upstalsboom-Gruppe in Kühlungsborn an der Ostsee Station. ●




GREVENSTEINER PROVIANTBOX

Als Schmankerl für die treuen Follower wurde außerdem eine Grevensteiner-Proviantbox verlost. Darin enthalten war eine schicke Brotdose mit Holzdeckel sowie ein Sixpack Grevensteiner Landbier samt Flaschenöffner. So konnten



die glücklichen Gewinner gut gerüstet auf ihre nächste Entdeckungstour in die Heimat aufbrechen! ●



20 JAHRE NAMINGRIGHT



Zuschauermagnet **VELTINS-Arena**

Auch nach fast 25 Jahren zählt die VELTINS-Arena zu den modernsten Stadien Deutschlands. 2024 kamen 2,7 Mio. Besucher zu Fußballerevents und anderen Veranstaltungen.

20 JAHRE

Die vier Meter hohen Lettern leuchten weithin sichtbar ins Revier – vor 20 Jahren hat die Brauerei C. & A. VELTINS die Namensrechte der VELTINS-Arena übernommen.

www.schalke04.de

www.veltins-arena.de

#20jahrenamingright

Aus der Handschlagvereinbarung von Schalkes Manager Rudi Assauer und dem damaligen VELTINS-Generalbevollmächtigten Michael Huber erwuchs eine von Kontinuität getragene Zusammenarbeit, deren Verträge mehrfach verlängert wurden und inzwischen bis 2027 Gültigkeit haben.





WIR GEHÖREN ZUSAMMEN

„Beide Seiten sind damals mit sehr viel Augenmaß an die Umbenennung herangegangen, weil ein Sponsoring der Namensrechte deutschlandweit, aber insbesondere für die Schalker Seele sehr neu war“, fasst Dr. Volker Kuhl, Sprecher der VELTINS-Geschäftsführung, zusammen. Für Rudi Assauer sei VELTINS schon deshalb ein Traumpartner gewesen, weil die Biermarke für Gastfreundschaft stand und damit die Bedeutung der Arena für Sport, Musik und Kultur unterstrich. Schon in der Planungsphase vor der Eröffnung 2001 brachte sich VELTINS mit der Konzeption der europaweit einmaligen Tankbieranlage ein.



Im Jahr 2005 verkündeten Rudi Assauer, Michael Huber und Schalkes Präsident Gerhard Rehberg die Übernahme der Namensrechte an der vormaligen Arena auf Schalke: Seither trägt das Stadion den Namen VELTINS-Arena.

KONTINUITÄT ALS ERFOLGSFAKTOR

Sportsponsoring lebt von Impulsen und Anpassung. VELTINS startete 1997 beim FC Schalke 04 mit einem aufmerksamkeitsstarken Trikotsponsoring. Daraus entstand eine langjährige Partnerschaft, die Kontinuität zum Erfolgsfaktor



» VELTINS wurde in dieser Zeit ein fester Bestandteil des Schalker Lebens. Mehr kann eine Marke nicht erreichen. «

Dr. Volker Kuhl

Sprecher der Geschäftsführung
Brauerei C. & A. VELTINS

machte. „VELTINS wurde in dieser Zeit ein fester Bestandteil des Schalker Lebens. Mehr kann eine Marke nicht erreichen“, so Dr. Volker Kuhl. Auch Schalke-Vorstand Matthias Tillmann betont: „Schalke und VELTINS, das ist weit mehr als ein Sportsponsoring.“

ERLEBNISSE FÜR FANS

Die Zusammenarbeit mit Schalke bot VELTINS vielfältige Chancen. Bestes Beispiel: die Abschlussaktion der Bundesliga-Saison 2006, als 12.000 Rasenparzellen an Fans übergingen – ein unvergessliches Ereignis mit großer integrativer Wirkung. „Nur so erhalten Namensrechte, die als Lettern über der Arena leuchten, eine ungeheure Strahlkraft“, erklärt Kuhl. 2005 erstrahlte der Schriftzug erstmals auf dem Arena-Dach, begleitet von Rudi Assauer und der Mannschaft.

2005 wurde das Namingright besiegelt. Aber schon bei der Planung des Stadions war die Brauerei C. & A. VELTINS involviert.

VELTINS SCHAFFT VERBINDUNG

Mit der Eröffnung 2001 erhielt die Arena eine zentrale Bierversorgung. Über vier Kühlzentren und mehr als fünf Kilometer Leitungen fließen zu Spitzenzeiten über 30.000 Liter VELTINS pro Spieltag durch 135 Zapfhähne. Die größten Kühlzentren unter Haupttribüne und Nordkurve fassen je 16.000 Liter. Tankwagen sorgen regelmäßig für Nachschub. Die aufwändig gekühlten Leitungen garantieren eine konstante Zapftemperatur von sechs Grad – Servicequalität auf höchstem Niveau. ●

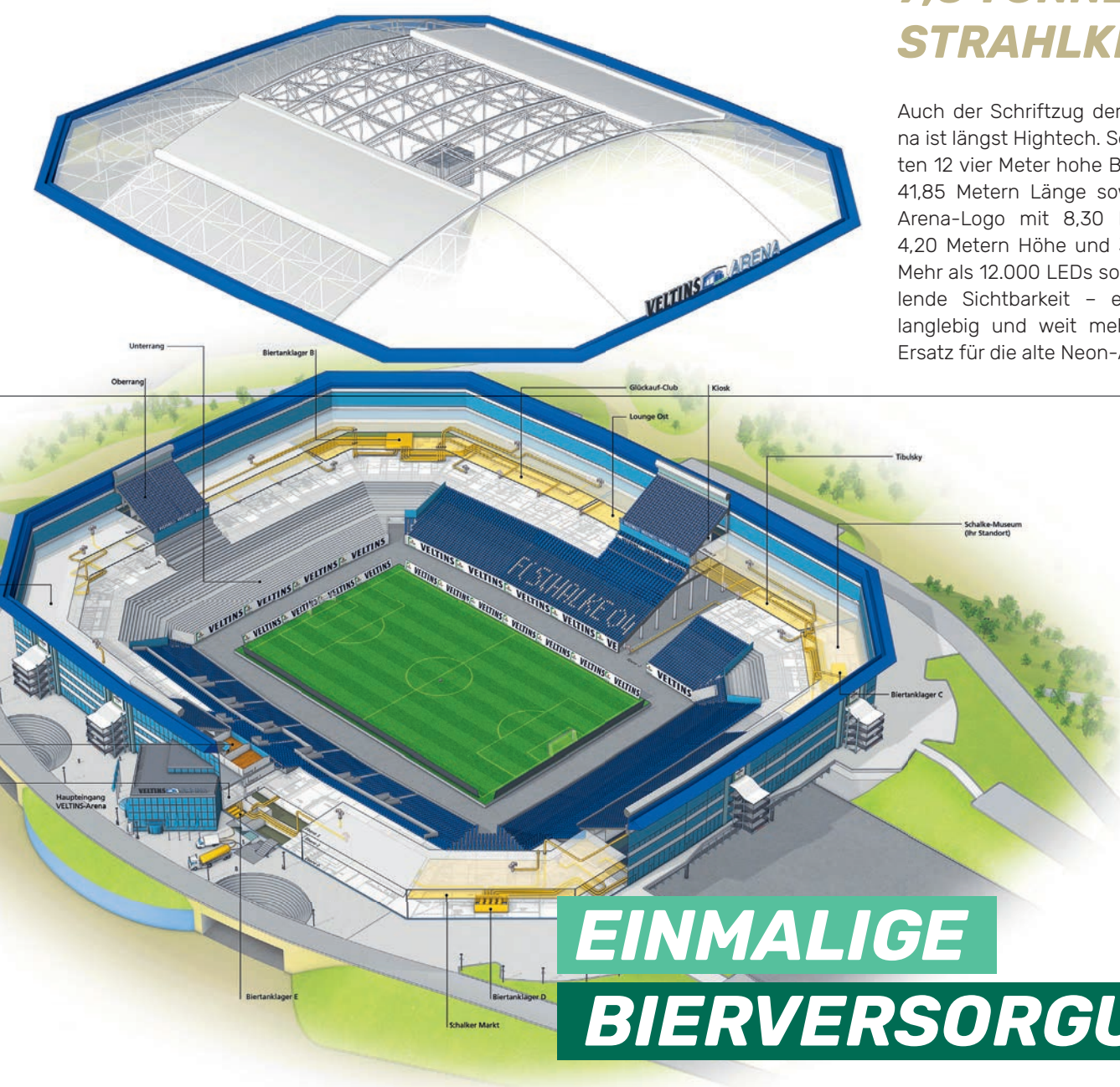


Die VELTINS-Arena versteht sich als gastronomisches Vorzeigeeobjekt mit Ausstrahlung weit über die Grenzen Nordrhein-Westfalens hinaus.

20 JAHRE NAMINGRIGHT

7,5 TONNEN STRAHLKRAFT

Auch der Schriftzug der VELTINS-Arena ist längst Hightech. Seit 2016 leuchten 12 vier Meter hohe Buchstaben auf 41,85 Metern Länge sowie das große Arena-Logo mit 8,30 Metern Breite, 4,20 Metern Höhe und 30 qm Fläche. Mehr als 12.000 LEDs sorgen für strahlende Sichtbarkeit – energieeffizient, langlebig und weit mehr als nur ein Ersatz für die alte Neon-Ära.

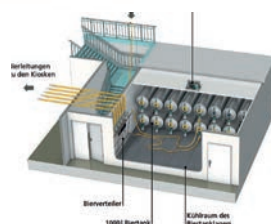


ANLIEFERUNG

Das Bier reift vier Wochen in der Brauerei, bevor es im Tankauflieger die 120 Kilometer nach Gelsenkirchen zur VELTINS-Arena zurücklegt. Jeder Transport wird streng überwacht, um Frische und Qualität bis zur Ankunft zu garantieren.

BEFÜLLUNG

Ein 28.000-Liter-Tankzug füllt das Bier per CO₂-Druck in die Arena-Tanks. Von dort gelangt es in die Gastronomie.



LAGERUNG

52 Tanks mit je 1.000 Litern sichern die Versorgung. Zwei Hauptlager mit je 16.000 Litern liegen unter Tribüne und Nordostkurve – hygienisch geschützt durch Inliner.

BIERLEITUNG

Über 5.000 Meter isolierte Leitungen verbinden die Tanks mit den Zapfhähnen. Kühlung und Leerleitungen sichern konstante Qualität und Flexibilität.

AUSSCHANK

Am Ende des Weges fließt das Pilsener frisch gekühlt in die Schankanlagen – perfekte Qualität für die Besucher.



In **YAYLA ARENA** und Seidenweberhaus wird **frisches VELTINS** serviert

Neue Frische, die man schmecken kann: Die Brauerei C. & A. VELTINS hat zum 1. August 2025 die Ausschankrechte in der YAYLA ARENA Krefeld übernommen. Dort, wo Emotionen keine Grenzen kennen, ist frisches VELTINS gut aufgehoben.



Am Niederrhein hat die neue Partnerschaft Leuchtturmwirkung:
Künftig kommt VELTINS Pilsener in der YAYLA ARENA und im
Seidenweberhaus in Krefeld frisch aus dem Zapfhahn.



Die Zapfhähne in Krefeld sind neu besetzt: Die YAYLA ARENA und das Seidenweberhaus haben mit der Brauerei C. & A. VELTINS und der lokalen Altbiermarke Schlüpfken ihre neuen exklusiven Bierpartner vorgestellt.

Die Kooperation mit der Seidenweberhaus GmbH ist bis zum Jahr 2030 vereinbart und umfasst das komplette Sortiment der Traditionsbrauerei aus dem Sauerland sowie der Brauerei Gebr. Maisel. Am Niederrhein ist VELTINS somit künftig in der Veranstaltungslage YAYLA ARENA sowie im städtischen Seidenweberhaus sichtbar und aufmerksamkeitsstark vertreten. „Wir freuen uns auf die neue Partnerschaft im Herzen des Niederrheins“, so Jens Derksen, VELTINS-Vertriebsdirektor Gastronomie, „in der Region ist dies eine Partnerschaft mit Leuchtturm-Wirkung.“

BEKANNTE LOCATION IN DER REGION NIEDERRHEIN

Die YAYLA ARENA in Krefeld ist Garant für erstklassige Konzerte, Comedy-Veranstaltungen und Galas. Alle Heimspiele

» Wir freuen uns auf die neue Partnerschaft im Herzen des Niederrheins.«

Jens Derksen
VELTINS-Vertriebsdirektor
Gastronomie



le des Eishockey-Club Krefeld Pinguine sowie weitere sportliche Veranstaltungen werden seit 20 Jahren in der YAYLA ARENA ausgetragen – sportliche Spannung ist hier garantiert. Hinzu kommt das Altbier der Schlüpfken-Brauerei als lokaler Altbier-Partner.

„Ich freue mich sehr, dass wir mit Beginn der neuen Saison für beide Veranstaltungsstätten – das Seidenweberhaus und

die YAYLA ARENA – einen neuen starken Partner an unserer Seite haben“, so Paul Keusch, Geschäftsführer der Seidenweberhaus GmbH. „Mit VELTINS konnten wir eine attraktive Getränkemarkte gewinnen, die unser Angebot für Besucherinnen und Besucher deutlich bereichert. Wir blicken der Zusammenarbeit mit großer Vorfreude entgegen.“

ZAHLEICHE VELTINS-MARKEN IM ANGEBOT DER YAYLA ARENA

VELTINS Pilsener wird es in der YAYLA ARENA und im Seidenweberhaus künftig frisch gezapft geben, außerdem kommen die Marken Grevensteiner, Pülleken, der Biermix V+, Maisels Weisse sowie die alkoholfreien VELTINS-Sorten zum Ausschank. Optisch wird die neue Partnerschaft zwischen VELTINS und der Seidenweberhaus GmbH über den großen LED-Würfel in der Halle und über die fünf „Mundlöcher“ nach außen getragen, ergänzt durch weitere Großflächen im Innenbereich und im VIP-Bereich. ●



Ob in den Gängen oder natürlich an den Ausschankstellen: Die Marke VELTINS ist in der YAYLA ARENA überall präsent.



Die Besucherinnen und Besucher können sich zukünftig auf frisch gezapftes VELTINS Pilsener sowie auf weitere Spezialitäten der Brauerei freuen.



Rundum-Sichtbarkeit dank attraktiver Platzierungen

Im Verkaufsraum Absatzimpulse schaffen – das ist ein ausdrücklicher Wunsch des Getränkehandels. Neben der Major-Promotion VELTINS Megachance sorgen zusätzliche verkaufsfördernde Maßnahmen für große Aufmerksamkeit im Jahresverlauf.

www.veltins.de #promotion



Mit dem Hellen Zitronken hat VELTINS die Pülleken-Welt um ein spritzig-leichtes Naturradler ergänzt.

Die Brauerei C. & A. VELTINS nutzt vielerlei Möglichkeiten, um im Getränkehandel das Produktsortiment bedarfsgerecht und aufmerksamkeitsstark zu präsentieren. Über die reguläre Regalplatzierung wird das übliche Getränkeangebot gedeckt. Darüber hinaus sind zusätzliche Verkaufsofferanten Garanten für Zusatzabsätze, die vom Handel durchaus gewünscht sind. „Jede Verkaufsförderung wertet das Angebot optisch auf und kann zum Kauf anregen“, weiß Rainer Emig, Geschäftsführer Vertrieb. „Letztlich zählt das Einkaufserlebnis, das wir mit Sonderaktionen positiv fördern können.“ Oft ist es eine Zweitplatzierung mit Displayware, die Dosen und Sixpacks conveniencegerecht prä-

» Letztlich zählt das Einkaufserlebnis, das wir mit Sonderaktionen positiv fördern können. «

Rainer Emig
VELTINS-Geschäftsführer
Vertrieb



sentiert. Gerade Limited Editions und Produktneueinführungen können durch solche Sonderplatzierungen sinnvoll unterstützt werden. Sogenannte Showplatzierungen, also große Aufbauten ganzer Markenwelten, haben dagegen echte Blickfangwirkung. Diese Platzierungen können eine Marke umfassend präsentieren, aber auch anlassbezogen oder saisonal für Aufmerksamkeit sorgen. „Showplatzierungen sprechen die Shopper immer sehr positiv an, sind aber durchaus abhängig vom verfügbaren Platz im Getränkemarkt und von der Marke, die gerade forciert werden soll“, berichtet Rainer Emig.

Die Marke VELTINS Pilsener wurde in diesem Sommer häufig in Bezug auf die VELTINS Megachance als Jahresaktion

Dank der Showplatzierung garantiert VELTINS Helles Lager eine 360-Grad-Sichtbarkeit.



Die Sonderplatzierung des Biermixes V+ sorgte im Handel für pures Sommerfeeling.



An der aufmerksamkeitsstarken Major-Promotion VELTINS Megachance kam im Handel niemand vorbei.

präsentiert. Beim Biermix V+ stand der Sommer im Fokus – umrahmt von Palmen, Surfbrettern und einem Sandstrand aus hochwertigem Dekomaterial kamen die V+ Kästen sommerlich zur Geltung. Das macht Lust auf einen ersten Genuss.

VELTINS Helles Lager wurde erst vor

einem Jahr gelauncht und im Frühjahr durch die 0,33-l-Dose als Gebindevariante ergänzt. Neben der Platzierung mit den aufmerksamkeitsstarken grünen Mehrwegkästen Helles Lager regt eine Schütte mit den Getränkedosen zum Zugreifen an. Die Markenplatzierung aus Kästen und Dosenschütte wird durch die

große Stanzflasche und aufmerksamkeitsstarke Top-Schilder eingerahmt, sodass eine 360-Grad-Sichtbarkeit garantiert ist. Egal, aus welcher Richtung der Kunde kommt: Sein Blick fällt auf die Showplatzierung Helles Lager. So soll es sein!

Mit der zweiten Jahreshälfte stehen auch wieder Verlosungen im Fokus der Verkaufsförderungsaktivitäten. Zu Beginn der neuen Bundesligasaison werden die aktuellen Heimtrikots des FC Schalke 04 verlost. Diese Handelsaktion kommt nahezu national zum Einsatz. Mit regionaler Feinjustierung stehen weitere Sportevents im Mittelpunkt der Verlosungen: In Ostdeutschland ist das handsignierte Trikot der Eisbären Berlin begehrt, DTM-Tickets werden regional rund um den jeweiligen Austragungsort ausgegeben. Wintersportfans dürfen sich schon jetzt auf die Vierschanzentournee freuen, denn im Süden Deutschlands kommen Tickets für den Skisprungwettbewerb in Oberstdorf und Garmisch-Partenkirchen zur Ausschüttung. Solche In-store-Verlosungen erfreuen sich großer Beliebtheit im Handel – sorgen sie doch für Frequenz im Verkaufsraum und für Kundenaktivität. ●

Mehr als sechs Millionen Euro in bar gab es sofort unter dem Kronkorken zu gewinnen. Außerdem wurden 30 Biercoins aus je 100 Gramm Feingold zusätzlich verlost und in einer edlen Schatulle mit Echtheitszertifikat sowie mit einer personalisierten Urkunde übergeben. „Die Biercoins sind etwas ganz Besonderes“, so VELTINS-Marketingdirektor Stefan Wiesmann, „sie sind durch ihre kleine Auflage eine absolute Rarität und zudem für die jeweiligen Gewinner auch eine echte Wertanlage.“ Keine andere Währung sei so stabil und noch dazu in den vergangenen Jahren so wertvoll geworden wie Gold.

Kronkorkenaktion bleibt Publikumsbeliebter

Auch unabhängig von den Gewinnen der Sonderverlosung ist die Kronkorken-Aktion der Brauerei C. & A. VELTINS einfach ein bewährtes und attraktives Gewinnspiel für die VELTINS-Markenfreunde. „Bei vielen Verwendern ist die Megachance heiß begehrt und schon zu Jahresbeginn häufen sich die Nachfragen, ob es wieder eine Kronkorken-Aktion gäbe und wenn ja, wann diese starte. Das zeigt uns einfach, dass wir genau richtig liegen. Darüber hinaus kommen auch immer wieder neue Teilnehmer hinzu, die sich von der VELTINS Megachance begeistern lassen“, so der Marketingdirektor.

Wenn Glück Gesichter bekommt

Ein Resümee, das eine Gewinnerin bei der Übergabe ihres Biercoins bestätigen kann. So berichtete Jutta Werthebach-Kast, dass einige Freunde und Bekannte sie und ihren Mann und die Geldgewinne von ein oder zwei Euro pro Kronkorken in früheren Jahren zuweilen noch etwas belächelt haben, nun aber begeistert sind über den Gewinn des goldenen VELTINS-Biercoins und jetzt ebenfalls am Megachance-Gewinnspiel teilnehmen. Jutta Werthebach-Kast ist eine von 30 Gewinnerinnen und Gewinnern der goldenen Münzen. Zu Besuch bei der Brauerei C. & A. VELTINS in Grevenstein wurde ihr der Biercoin persönlich übergeben, nachdem sie die Info über den Gewinn bereits einige Tage vorher bekommen hatte.



» Die Biercoins sind etwas ganz Besonderes «

Stefan Wiesmann
Marketingdirektor der
Brauerei C. & A. VELTINS

» Die Megachance macht einfach Spaß – sowohl uns, als auch den VELTINS-Freunden! «

Stefan Wiesmann
Marketingdirektor der
Brauerei C. & A. VELTINS

Auch Tanja Wienkamp war zur offiziellen Biercoin-Übergabe nach Grevenstein gekommen. Für sie ist der Biercoin aus echtem Gold das absolute i-Tüpfelchen zu den bisherigen Sofortgewinnen, die sie bei der VELTINS Megachance immer mal wieder gewonnen hatte. Sie verrät, dass sie den Biercoin in einem Bankschließfach aufbewahren werde.

Diese beiden Gewinnerstatements sind nur zwei Beispiele von vielen glücklichen Gewinnerinnen und Gewinnern. Auch in all den Jahren zuvor brachte die VELTINS Megachance unzählige Teilnehmer zum Strahlen. „Es ist einfach schön zu sehen, wie wir unseren Verwendern durch die Kronkorken-Aktion auch immer wieder etwas zurückgeben können. Die Megachance macht einfach Spaß – sowohl uns als auch den VELTINS-Freunden!“, so Stefan Wiesmann. •



MEGACHANCE: BEWÄHRT & BELIEBT

Bei der VELTINS Megachance warteten Sofortgewinne im Gesamtwert von über sechs Millionen Euro direkt unter den Kronkorken auf die Verbraucher. Mit nur einem Code, der online eingegeben oder bequem über die VELTINS-App eingescannt werden konnte, lösten die Teilnehmer sofort ihren Gewinn ein. Zusätzlich verlost die Brauerei unter allen Teilnehmern, die mindestens einen Code eingelöst hatten, insgesamt 30 drei exklusive VELTINS Biercoins – echte Goldmünzen aus 100 Gramm Feingold.



FORSCHUNGSFÖRDERUNG DER BRAUWIRTSCHAFT UNTERSTÜTZT

So geht Forschungsförderung: Mit einer Spendenaktion hat die Brauerei C. & A. VELTINS die Wissenschaftsförderung der Deutschen Brauwirtschaft e. V. (Wifö) wirkungsvoll unterstützt.



Auf dem Brauertag in Berlin (v.li.): Walter König, Dr. Stefan Kreis, Fabian Veltins, Dr. Erika Hinzmann und Christian Weber.

Die Wissenschaftsförderung treibt mit ihrer Forschungsförderung seit 68 Jahren den wissenschaftlichen Fortschritt für die gesamte deutsche Brauwirtschaft voran. Die solidarische Gemeinschaftsforschung stellt mit unzähligen Forschungsprojekten sicher, dass immer wieder neue Erkenntnisse und Entwicklungen aus Wissenschaft und Forschung ins Braugewerbe Einzug finden. Im Mittelpunkt stehen dabei die Verwendung qualitativ hochwertiger Rohstoffe sowie deren Verarbeitung

Verbesserung der Versorgung deutscher Brauereien mit heimischer Braugerste



Anlässlich ihres Jubiläumsjahres 2024 spendete die Brauerei an die Wifö.

nach bestmöglichen Verfahrensweisen ebenso wie die Ausbildung hochqualifizierter Fachkräfte für die Brauereien. Seit ihrer Gründung unterstützt die Wissenschaftsförderung auch die Braugerstengemeinschaft zur Sicherung qualitativ hochwertiger und gut verarbeitbarer Braugerstensorten.

Der Beirat der Wifö unter Vorsitz von Dr. Stefan Kreis (Erdinger Brauerei) hatte entschieden, den Spendenbetrag für das

von der Braugerstengemeinschaft beantragte Forschungsvorhaben „Prüfung von Neuzüchtungen von Winterbraugersten auf anbautechnische, mälzerei- und brauereitechnologische Eigenschaften“ zu verwenden. Ziel ist, das sogenannte Drei-Säulen-Modell – Sommergerste, Herbst-aussaat von Sommergerste und Winterbraugerste – zu stärken und dadurch die Versorgung der deutschen Brauereien mit heimischer Braugerste insgesamt zu verbessern. Im Rahmen des Deutschen Brauertages in Berlin bedankten sich die Leiterin der Wifö, Dr. Erika Hinzmann, der Präsident der Wifö und des Deutschen Brauer-Bundes, Christian Weber, der Vorsitzende des Wifö-Beirates, Dr. Stefan Kreis, und Walter König, Geschäftsführer der Braugerstengemeinschaft, bei VELTINS-Geschäftsführer Fabian Veltins für die Spendenaktion. •

FRISCH AUF SOCIAL MEDIA

Neues aus der Welt von VELTINS: Folgen Sie unseren Marken-Accounts und bleiben Sie unterhalten und informiert!

SPONTANE GARTENPARTY MIT FREUNDEN. ICH SO:



WIE WIR EINEN PLATZ RESERVIEREN:



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

... und natürlich auch bei Facebook:



Ein Hochgenuss.



Komm, wir trinken noch ein Pilleken.

DAS HAST DU DIR VERDIENT!



Auf den Social-Media-Kanälen der VELTINS-Marken bleibt man in Sachen Produkte und Events immer auf dem Laufenden.

DER GASTRO-BUCHTIPP



BAYERISCHE KÜCHE VOM FEINSTEN

Gerichte, die zum Genuss verführen, von Spitzenkoch Alexander Huber. In seinem Sternerestaurant „Huberwirt“ in Pleiskirchen kocht er in der 11. Generation. Seine Gerichte sind elegant und fein komponiert. Sie zeichnen sich durch eine ausgewogene Aromatik, Raffinesse und Leichtigkeit aus, gepaart mit makellosem Handwerk.

Ob der Sonntagsbraten oder die Volksfestspezialität – aus allen Gerichten spricht eine Abwechslung und Finesse, bei der nicht nur die Bayern ins Schwärmen geraten. Von der Bratensülze mit Schmand und Radieserl über das Kalbslüngele mit Serviettenknödel bis hin zur Dampfnudel mit Vanillesauce – die knapp 60 Rezepte im Buch zeigen einen sehr schönen Querschnitt der oberbayerischen Wirtshausküche, aber modern und leicht interpretiert. Alexander Huber: „Wirtshausküche modern und neuartig zu interpretieren, das ist meine Passion.“

ISBN 978-3-98541-049-1
240 Seiten, € 49,90

STARKE REICHWEITE MIT ATTRAKTIVEM CONTENT

Rund 5,2 Milliarden Menschen weltweit nutzen soziale Medien – das entspricht etwa zwei Dritteln der Weltbevölkerung. Wir freuen uns, wenn Gastronomen und Markenfans ihre Erlebnisse oder unsere Postings teilen und dabei Interaktion entsteht – machen auch Sie mit!

SIE HABEN EIN FOTO FÜR UNS?

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

LIKE

BRAUEREINACHWUCHS

29 BRAUER UND MÄLZER AUS NRW ERLEBEN IHRE FREISPRECHUNG

Die Nachwuchskräfte der nordrhein-westfälischen Brauwirtschaft hatten allen Grund zum Feiern, denn bei der Brauerei C. & A. VELTINS im sauerländischen Grevenstein fand die Freisprechung der Brauer und Mälzer der Abschlussprüfung des Sommers 2025 statt.

Der Brauschwur „Ich schwöre, immer gutes Bier zu brauen“ wurde vom diesjährigen Brauernachwuchses im Beisein von Gambrinus – alias Marcel ter Steege als Vorsitzender des Prüfungsausschusses – feierlich geleistet, bevor dieser die Teilnehmer anschließend in den Gesellenstand freisprach und damit in die Zunft der Brauer und Mälzer aufnahm. Einer Legende nach soll Gambrinus, ein König von Flandern, der Erfinder des Bieres sein. Als Förderer des Bierbrauens wird er in zahlreichen Darstellungen und Er-

zählungen mit Freude am Biergenuss und Geselligkeit verbunden. Daher gilt er auch als Schutzpatron der Bierbrauer.

ZUSÄTZLICHE GELDPREISE FÜR DIE BEIDEN BESTEN

Der 29-köpfige Nachwuchs von 23 verschiedenen Brauereien wurde in der dreijährigen Ausbildungszeit in den jeweiligen Braubetrieben auf diesen besonderen Moment vorbereitet. Nach erfolgreichem Bestehen der schriftlichen und praktischen Prüfungen durften sie in der Schützenhalle in Grevenstein ihre Prüfungszeugnisse in Empfang nehmen.

Die beiden Besten wurden durch Marcel ter Steege, Vorsitzender des Prüfungsausschusses, mit zusätzlichen Geldpreisen vom Brauereiverband NRW belohnt. Prüfungsbester war Calvin Klappert von der Krombacher Brauerei aus Kreuztal. Auf den folgenden Rängen landeten die Auszubildenden Max Päßgen von der Brauerei zur Malzmühle, Köln, und Ferdinand Degen von der Privatbrauerei Hohenfelde in Langenberg. Von der Brauerei C. & A. VELTINS wurde der Auszubildende Lutz Schöttler in den Gesellenstand freigesprochen. ●



Marcel ter Steege sprach als Gambrinus, Schutzpatron der Bierbrauer, die Teilnehmer in den Gesellenstand feierlich frei.



29 frisch gebackene Brauer und Mälzer wurden am 11. Juli 2025 im Rahmen der feierlichen Zeremonie in der Schützenhalle Grevenstein in den Gesellenstand freigesprochen.



DIE HERKUNFT ZÄHLT !

NEU- BIERIG?

PROBIERS MAL MILD.




— HELLES —
LAGER