



Premium-Brauerei legt deutlich über Markttrend zu

Mit Pils und Grevensteiner sprudelt Veltins-Ausstoß um 4,2% in die Höhe

- **EM-Geschäft knüpft nahtlos an WM-Impulse an**
- **Landbier-Spezialität bleibt der Wachstumsbringer**
- **Mehrwegsegment ausgebaut, aber auch Dose legt zu**

Es geht weiter voran: Die Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, setzt dank sprudelnder Absätze von Pils und Grevensteiner den soliden Wachstumskurs fort. Nachdem der nationale Biermarkt im ersten Halbjahr um etwa 2% zugelegt habe, konnte die Privatbrauerei ihren Ausstoß um +4,2% deutlich über Marktniveau auf 1,48 Mio. hl erhöhen. „Wir sind im Vergleich zum gesamten Wettbewerbsumfeld auf einem erfreulich stabilen Kurs, weil unser Biersortiment die passgenauen Antworten auf die veränderten Verbraucherwünsche gibt“, begründete Generalbevollmächtigter Michael Huber die seit Jahren dynamische Unternehmensentwicklung. Nachdem bereits das Mai-Geschäft eine erfreuliche Order durch den Handel erfahren habe, konnten die Absätze während der Europameisterschaft im Juni mit der WM-Begeisterung vor zwei Jahren Schritt halten. Die gute Nachricht für die Verbraucher: Während der EM konnte Bier in Deutschland so günstig eingekauft werden wie zuletzt vor zehn Jahren.

Regenreicher Juni konnte Biergeschäft nicht trüben

Angesichts des ungewöhnlich feiertagsreichen Monats Mai und der verlängerten Wochenenden beschleunigten sich die Absätze spürbar. Und auch mit Beginn der Europameisterschaft stellten sich von Spiel zu Spiel die erwarteten Mehrverkäufe ein – mit einem Absatzschwerpunkt beim deutschen Viertelfinalspiel am verweilfreudigen Samstag. „Gerade Markenbiere haben mehr als jede andere Warengruppe von der EM profitieren können“, sagte Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins. Das Traditionsunternehmen geht davon aus, dass der Juni



in der deutschen Braubranche um 3% über Vorjahr liege. Zwei Effekte sind nach den Worten von Dr. Kuhl in doppelter Hinsicht bemerkenswert: „Auf der einen Seite haben wir den regenreichsten Juni seit 1990, aber zugleich einen Verkaufstag mehr zu bilanzieren – die Fußballbegeisterung hat vollends ihre Wirkung entfaltet.“ Ganz im Sinne der Verbraucher sei auch die Aktionspreisgestaltung im nationalen Handel ausgefallen. „Der Handel hat Bierpreise aufgerufen wie zuletzt vor zehn Jahren zur Fußball-WM in Deutschland – da machte das Rudelgucken noch mehr Spaß“, bilanzierte Dr. Volker Kuhl das Aktionsgeschehen während der Fußball-EM im Juni.

Dynamischer Wachstumskurs schon seit Jahresbeginn

Zur Erreichung des überdurchschnittlichen Ausstoßzuwachses von +4,2% hatte die Brauerei C. & A. Veltins ihr Marktengagement schon früh im Jahr bewusst von den unwägbaren saisonalen Faktoren abgekoppelt und stattdessen die Sorten Pils, Biermix und Landbier mit klarem Markenfokus vorangetrieben. Der Erfolg kann sich sehen lassen: Veltins Pilsener legte im größten und hart umkämpften Sortensegment um +3,2% zu. Vor allem im mengenrelevanten Mehrwegbereich konnten erfreuliche Zugewinne erreicht werden, aber auch die deutlich volumengeringere Dose erzielte durch weitere Listungen einen Mehrabsatz von +21,7%. In den rund 15.000 Gastronomiebetrieben und auf mehr als 1.000 Events legte die Brauerei C. & A. Veltins im Fassbiergeschäft entgegen dem Branchentrend im Fass um +2,4% zu. Wachstumsmotor bleibt Grevensteiner Landbier, das im Frühjahr mit Grevensteiner Ur-Radler weitere Sortenunterstützung erhielt. „Wir erleben eine ungeheure Akzeptanz unserer Spezialitäten, die uns positiv stimmt, aber auch Nachahmer auf den Plan gerufen hat“, sieht Dr. Volker Kuhl immer noch reichlich Marktpotenzial. „Grevensteiner ist zum Taktgeber eines ganzen Sortensegments geworden!“ Und das sowohl im Handel mit der Steinie-Flasche, die immerhin um +52,1% zulegte, als auch in der Gastronomie, die den Fassbierausstoß um +43,0% wachsen ließ. Dr. Volker Kuhl: „Solche Wachstumsraten sind im deutschen Biermarkt eine absolute Ausnahme.“ Nach drei Jahren der Konsolidierung konnte die Brauerei C. & A. Veltins auch im angestammten Segment der Biermischge-



tränke mit +4,2% wieder deutlich wachsen, nachdem Veltins Radler und Grevensteiner Ur-Radler forciert wurden. Dabei hat sich die Biermixmarke V+, die mit -0,5% lediglich geringe Mengen einbüßte, erfreulich stabilisiert. Zwei neue Produkte, die als V+Remix bieriger positioniert sind, tragen den Erfordernissen nach innovativ veränderten Biermischen Rechnung. Sie befinden sich gegenwärtig in der Markteinführung.

„Marke und Vertrieb sind kombinierte Veltins-Stärke“

Gerade der Verlauf des ersten Halbjahres habe bewiesen, mit welcher soliden Marktverankerung die Brauerei C. & A. Veltins unterwegs gewesen sei – und das unabhängig von den saisonal kaum wägbaren Faktoren. Nach den Worten des Generalbevollmächtigten Michael Huber sei die kombinierte Stärke von Marke und Vertrieb ein klarer Wettbewerbsvorteil: „In der Marktbearbeitung liegen wir mit unserem treffsicher aktualisiertem Sortiment auf Kurs der Verbraucherstimmung. Und unser Vertrieb kann diesen Rückenwind mit ganzer Stärke auf die Straße bringen“, urteilt Huber. „Produkte können Plagiate erfahren, aber eben keine Vertriebsorganisation, die wie ein hart geschmiedetes Gitter mit dem Markt verwoben ist!“ Michael Huber warnte überdies davor, an den Grundfesten des 500 Jahre alten Reinheitsgebotes zu rütteln. Die Jubiläumsfeierlichkeiten mit Ausstrahlung im ganzen Land hätten eindrucksvoll unter Beweis gestellt, wie sehr die Menschen das älteste Lebensmittelgesetz der Welt als Handlungsgrundsatz der Brauer voraussetzen und zu schätzen wissen. „Es kann nicht sein, dass entgegen den Wünschen der Verbraucher eine Diskussion vom Zaun gebrochen wird.“ Die Menschen wollen traditionelle Verlässlichkeit, die das Reinheitsgebot als roter Faden garantiere. Dr. Volker Kuhl sieht eine neue Probierefreudigkeit, die dem Bierland Deutschland wirklich gut zu Gesicht stehe. „Die Menschen sind der Abwechslung wesentlich zugeneigter als noch vor einigen Jahren und wollen dabei auch mehr über die Produkte wissen.“ Diese Entwicklung sei wünschenswert und müsse von Brauerseite nachhaltig unterstützt werden. Während feine Spezialitäten von immer mehr Menschen nachgefragt würden, habe das Craftbier-Segment dem Biermarkt bislang zu keinen mengenmäßigen Impulsen verholfen. Abzu-



warten bleibe, wie sich die beginnende Konsolidierungsphase in der Craft-bier-Szene auswirke. „Die Lebendigkeit unternehmensfreudiger Brauer tut dem Image gut“, urteilt Dr. Volker Kuhl. Auch alkoholfreie Getränke seien auf absehbare Zeit im Sortenportfolio unverzichtbar, dürften nach den Worten von Dr. Volker Kuhl aber auf Dauer nur ein Randsegment bleiben.

Das Unternehmen im Porträt

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2015 einen Umsatz von 309 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 2,78 Mio. hl. Der Marketingetat wird auf 35 Mio. Euro beziffert. Zum Sortenportfolio zählen Veltins Pilsener, Veltins Radler und Radler Alkoholfrei, aber auch Veltins Malz, Veltins Alkoholfrei, Veltins Fassbrause in den Sorten Zitrone, Holunder und Apfel-Kräuter sowie das Landbier Grevensteiner und Grevensteiner Ur-Radler Naturtrüb. Außerdem zählt die Biermix-Range V+ sowie V+Remix in Sorten Malt und Citrus zum Produktangebot. Der Mehrweganteil liegt bei 96%. Zur Veltins-Gruppe gehören zahlreiche Beteiligungen im Getränkefachgroßhandel, darunter der Getränkefachmarkt-Filialist Dursty, Hagen, mit rund 220 Standorten in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz.

Ansprechpartner

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

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

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