



**Premium-Brauer liegen gut im Wind**

## **Kontinuität zahlt sich aus: Mit Grevensteiner Landbier weiter auf Wachstumskurs**

- **Absatzimpulse mit Kraft von Vertrieb und Marketing**
- **Grevensteiner Landbier macht weiter Freude**
- **Seit 25 Jahren mit Solidität im Exportgeschäft**

Die Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, hat im ersten Halbjahr 2017 ihren Wachstumskurs fortgesetzt. Der Ausstoß legte in den ersten sechs Monaten um 0,7% auf 1,489 Mio. hl zu. Während die Marke Veltins mit -0,1% stabil lag, konnte das Traditionsbier Grevensteiner mit +22,0% überdurchschnittlich stark am Spezialitätentrend partizipieren. „Dieser Ausstoßimpuls ist deshalb so bemerkenswert, weil wir damit unser letztjähriges Wachstum nicht nur zementieren, sondern sogar ausbauen konnten“, bilanzierte Michael Huber, Generalbevollmächtigter der Brauerei C. & A. Veltins bei der Vorstellung der Halbjahresbilanz. Erfreulich entwickelt sich auch das Exportgeschäft, in dem die sauerländischen Brauer seit 25 Jahren aktiv sind. Auch hier konnte ein schöner Zuwachs von 7% verzeichnet werden – 110.000 hl wurden allein im ersten Halbjahr jenseits der deutschen Grenzen vertrieben. „Wir sehen dort noch mehr Potenzial, weil wir in stabilen Ländern den kontinuierlichen Weg des Marktaufbaus gehen.“

**Dr. Volker Kuhl: „Auf Vorjahresplus noch einmal draufgesattelt“**

Nach einem eher schleppenden ersten Quartal sprang für die deutschen Brauereien – auch bedingt durch die späten Feiertage – das Frühlingsgeschäft erst im Mai an. Während der nationale Biermarkt bis Mai-Ende 935.000 hl Volumensverluste vermeldete, hatte die Brauerei C. & A. Veltins entgegen der Marktentwicklung bereits Kurs auf neues Wachstum genommen. „Die Rechnung ist aufgegangen – wir haben auf unser kräftiges Vorjahresplus noch einmal aufsatteln können“, sagte Dr. Volker Kuhl, Ge-



schäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins. So konnte sich die Marke Veltins um -0,1% solide im Markt platzieren, wobei Radler und Radler Alkoholfrei unter der Stamm-Marke insgesamt sogar +6,2% zulegten. „Die Marke Grevensteiner gilt bei den beliebten Bierspezialitäten unverändert als Zugpferd“, so Dr. Volker Kuhl. Man habe die Distribution in Handel und Gastronomie weiter ausbauen können, was die Markenkraft der Produkte unterstreiche. Grevensteiner Original läuft inzwischen in 3.520 Gastronomiebetrieben aus dem Hahn und ist in 12.320 Handelsoutlets ausnahmslos in der kultig-bauchigen Steinieflasche zu haben. „Gerade im Segment der traditionsreichen Land- und Kellerbiere sehen wir erwartungsgemäß zahlreiche Nachahmer“, so der Veltins-Geschäftsführer. „Viele Brauer erliegen aber dem Trugschluss, dass ein Nachbrauen allein schon Erfolg verspricht. Tatsächlich ist erkennbar, dass bereits einige Spezialitäten ihren Zenit erreicht oder gar überschritten haben.“ Es gehe heute darum, dem Gast und Verbraucher eine Bierspezialität mit eigenständigem Geschmack und glaubwürdigem Spezialitätenprofil an die Hand zu geben. „Mit Grevensteiner können wir noch weiteres Potenzial im wachsenden Spezialitätensegment für uns nutzbar machen“, ist Dr. Volker Kuhl überzeugt.

### **Dosengeschäft mit Impulskraft, aber zu Lasten der PET-Flasche**

Beim Fassbier büßte die Brauerei C. & A. Veltins angesichts der Halbjahreswitterung insgesamt -0,8% ein. Insgesamt fanden rd. 237.000 hl Pils und Landbier den direkten Weg vom Hahn ins Glas. Dass der nationale Dosenmarkt Deutschlands Brauer neue Impulskraft signalisiere, liege vor allem an der gestiegenen Gebindepräferenz der Verbraucher, die für eine wachsende Angebotsbreite im Handel Sorge. Nach den Worten von Dr. Volker Kuhl geht das Wachstum im Dosensegment im erheblichen Umfang zu Lasten der PET-Flasche, die mit Einführung der Zwangsbepfandung vor genau 15 Jahren ihre bei Bierkennern ungeliebte Geburtsstunde fand. Erfreulich hat sich im ersten Halbjahr der Ausstoß von V+ entwickelt, der mit 201.481 hl auf Vorjahresniveau liegt. Vor allem der Sorten-Newcomer V+Grapefruit erfreut sich nach der Markteinführung im März einer steigen-



den Nachfrage – die Sommerfrucht 2017 konnte auch innerhalb der Biermixrange punkten.

### **Brauerei C. & A. Veltins setzt auf fokussiertes Exportgeschäft**

Mit einem soliden Tempo hat die Brauerei C. & A. Veltins in den ersten sechs Monaten ihr Exportgeschäft vorangetrieben, so dass dort ein Zuwachs von 7% zu Buche schlug. Die Brauerei setzt seit der Jahrtausendwende auf eine Strategie der forcierten Bearbeitung der Fokushmärkte Italien, Spanien, Niederlande, Großbritannien und USA. Obwohl sich die Verkaufspreise auf dem britischen Markt nach dem Brexit wechsellkursbedingt um 15% erhöht haben, rechnet Dr. Volker Kuhl in Zukunft mit keinen signifikanten Veränderungen, zumal man sich aktuell bereits auf Vorjahresniveau bewege: „Wir können trotz Brexit weiterwachsen. In England möchte man angesichts des ausgeprägten Verbraucherwunsches nach Biervielfalt nicht auf reputationsreiche deutsche Bier verzichten – das unterstützt unser Marktbemühen in der Zusammenarbeit mit britischen Importeuren.“ Hingegen werden in den nächsten Jahren all die Brauer eines Besseren belehrt, die sich auf den chinesischen und asiatischen Markt gestürzt hätten. „Wir beobachten, wie rasant dort die Mengen und stärker noch die Erträge in den Keller gehen.“ Die Brauerei C. & A. Veltins hat sich wohlweislich nie dieses Wagnisses ausgesetzt.

### **Verlässliche Wachstumsperformance entgegen Wettbewerbsstatus**

Der Verlauf des ersten Halbjahres habe nach den Worten des Generalbevollmächtigten Michael Huber bewiesen, dass sich die Brauerei C. & A. Veltins in ihrer verlässlichen Wachstumsperformance deutlich vom Wettbewerbsumfeld abgekoppelt habe. „Wir liegen gut im Wind, weil unsere Marken in Gastronomie und Handel eine hohe Wertschätzung genießen“, urteilt Michael Huber. Das Ohr nah am Kunden zu haben, um die Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen und innerhalb des Produktportfolios umzusetzen, habe sich seit der Jahrtausendwende zu einer großen Stärke der Privatbrauerei herauskristallisiert. Michael Huber wörtlich: „Braubetrieb,



Marketing und Vertrieb sind kraft- und wirkungsvolle Anker, die auch im rauen Wind des deutschen Biermarktes für berechenbare Stabilität und nachhaltiges Wachstum sorgen.“ Ein klares Signal für die gewünschte Kontinuitätsphilosophie der Brauerei C. & A. Veltins sei auch die Verlängerung des zwei Jahrzehnte langen Sponsorings beim FC Schalke 04. „Unsere Partnerschaft ist eine sympathische Marken-Konstante, die wir gern um zehn Jahre verlängert haben – ein Miteinander, das auf Augenhöhe funktioniert und deshalb für beide Seiten Früchte trägt“, begründete Veltins-Generalbevollmächtigter Michael Huber die jüngst bis 2027 unterschriebenen Verträge beim königsblauen Kultclub. „Schalke ist bodenständig – wir sind es auch!“

### **Das Unternehmen im Porträt**

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2016 einen Umsatz von 315 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 2,85 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+ zum Produktangebot. Der Mehrweganteil liegt bei 94%. 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](mailto:ulrich.biene@veltins.de)

Weitere Informationen der Brauerei C. & A. VELTINS im Internet verfügbar: [www.bierpresse.de](http://www.bierpresse.de), [www.veltins.de](http://www.veltins.de), [www.vplus.de](http://www.vplus.de)