



Dynamischer Aufwärtstrend hat an Tempo zugelegt

Veltins wächst mit Pils, Biermix und Spezialitäten um 7,8 %

- **Schön-Wetter-Periode und Fußball-WM als Absatz-Turbo**
- **Verbraucher honorieren Grevensteiner-Sortentrio**
- **Mai und Juni ermöglichen historischen Monatsausstoß**

Die Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, hat im ersten Halbjahr ihren soliden Wachstumskurs beschleunigt und mit einem Gesamtausstoß von 1,61 Mio. hl um 7,8 % zugelegt. Während im Mai das hochsommerliche Wetter erfreuliche Impulse in Handel und Gastronomie brachte, trug im Juni zusätzlich die Fußball-WM ihren Anteil zum Aufwärtstrend bei. „Die Witterungsschwankungen beeinflussten das Biergeschäft so spürbar wie nie zuvor – der durchweg warme und sonnige Frühsommer bescherte zusätzliche Verzehranlässe“, bilanzierte Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins. Sämtliche Marken des Hauses konnten deutliche Zuwächse verbuchen – die Stamm-Marke Veltins legte um 8,0 % zu, beim Fassbier wurde in Gastronomie und auf Events immerhin 3,1 % mehr gezapft. Die Traditionsmarke Grevensteiner konnte angesichts der großen Marktnachfrage mit 108.650 hl sogar 32 % mehr absetzen. „Wir sind mit einem günstigen Rückenwind unterwegs und können dem starken Wettbewerbsdruck in den unterschiedlichen Sortensegmenten deutlich Paroli bieten“, so Dr. Kuhl.

Absatzimpulse durch sommerlichen Frühling und WM-Begeisterung

Insgesamt gestalteten sich die ersten sechs Monate für die sauerländische Familienbrauerei sehr erfreulich. Während im nationalen Biermarkt das erste Quartal eher mit gebremstem Schaum verlief, konnte die Brauerei C. & A. Veltins schon im ersten Quartal deutlich über dem Vorjahr abschneiden. „Bereits bis Ostern konnten wir erfreuliche Mehrverkäufe verzeichnen“, sagte Dr. Volker Kuhl bei der Vorstellung der Halbjahreszahlen. Die Verbraucher hätten mit Verständnis auf die Preiserhöhung im März reagiert und die höhere



Wertstellung der Premium-Marken in einem durchaus positiven Konsumklima mit zusätzlichem Absatz goutiert. Im zweiten Quartal habe der Verkauf dann deutlich an Fahrt gewonnen – „mit der Sonne sprang das Sommergeschäft gleich nach Ostern an.“ Tatsächlich waren es in der Brauerei turbulente Wochen, so dass am Stammsitz nicht nur rund um die Uhr gebraut, abgefüllt und verladen wurde, sondern die Logistikzeiten sogar noch ausgedehnt wurden. Auf diese Weise konnten Wartezeiten deutlich reduziert werden. Die Monate Mai und Juni erreichten für das sauerländische Traditionsunternehmen jeweils ein historisches Ausstoßhoch. „Wir werden uns in Zukunft auf neue Absatzeffekte durch die veränderten Witterungsausschläge einstellen müssen“, urteilte Dr. Volker Kuhl. Tatsächlich habe die Zahl der Sonnenstunden im Mai 40 % über dem Vorjahreswert gelegen – in einigen Regionen konnten bis zu 20 Sonnentage über 25 Grad erreicht werden. „Die Menschen haben schon lange nicht mehr so viele Schön-Wetter-Wochenenden erlebt wie in diesem Mai – das hat sich an unserer Rampe bemerkbar gemacht.“ Im Juni folgte dann der Zusatzverkauf durch die Fußball-WM, die am Ende allein für die Brauerei C. & A. Veltins einen Mehrverkauf von 15.000 hl ausmachte.

Verbraucherwunsch nach vollmundigen Bierspezialitäten goutiert

Das angestammte Veltins Pils bereitete den Brauern mit einem Zuwachs von 7,7 % im hart umkämpften Sortensegment ebenso Freude wie die traditionelle Marke Grevensteiner, die nun mit dem Sortentrio Landbier, Ur-Radler und Hell unterwegs ist. Mit einem in der deutschen Braubranche eher selten zu findenden Zuwachs von 32 % konnte die Marke deutlich mehr Verwender als im Vorjahreszeitraum für sich gewinnen und damit den Trend zu traditionsreichen Sorten zementieren. Inzwischen führen über 17.200 Händler und rund 3.800 Gastronomen die beliebten Grevensteiner-Spezialitäten, die damit dem Verbraucherwunsch nach mehr ursprünglicher Bierregionalität gerecht werden. „Die Wiederkehr dieser Bierspezialitäten mit einem süffigen Geschmack und in der urigen Steinie-Flasche wird vom Verbraucher honoriert – uns wird eine ehrliche Wertschätzung für ein glaubwürdiges Traditionsbier entgegengebracht“, so der Geschäftsführer Marketing/Vertrieb.



Das breite Sortenspektrum stelle unter Beweis, dass der geradlinige Weg, Tradition und Innovation miteinander zu verbinden, ein Erfolgsrezept zur sicheren Marktverankerung sei. Und auch die Biermix-Spezialitäten der Marke V+ konnten mit 1,0 % wieder zulegen, so dass die sechs Geschmacksrichtungen 203.400 hl zum Gesamtergebnis beisteuerten. Es bleibt dabei, dass die Brauerei C. & A. Veltins eine dauerhafte Stütze des nationalen Mehrwegsegments bleibt. Immerhin 94% aller Gebinde wurden in Mehrweggebinden bereitgestellt. Der Halbliterkasten bei Veltins wuchs um 10,6 %, der Drittel-literkasten um 7,7 %. Dr. Volker Kuhl: „Für uns ist diese Entwicklung ein nachhaltiges Signal für Markenstärke und Marktverankerung!“ Außerdem konnte die neue alkoholfreie Produktrange der 0,0%-Biere rechtzeitig zum Frühjahrsbeginn an den Start gehen – alkoholfreies Pils und Radler legten im ersten Halbjahr um 35,5% zu.

Erweiterung der Verladekapazitäten in zweiter Jahreshälfte

Derweil geht die Brauerei C. & A. Veltins unverändert voran, um mit hohem Investitionstempo in technische Anlagen die Wettbewerbsfähigkeit und Energieeffizienz zu steigern. So werden innerhalb der Investitionsoffensive 2024, in dessen Verlauf über 400 Millionen Euro am Standort Grevenstein investiert werden, allein bis Jahresende 49,5 Millionen Euro in den Bau von Gebäuden und Anlagen gesteckt. Die Erweiterung der Brauereiverwaltung wird im Sommer abgeschlossen, gleichzeitig der Aufbau eines neuen Tankfeldes zur Flexibilisierung der Lagerkapazitäten. Kaum sichtbar und hörbar verliefen über mehrere Wochen Lockerungssprengungen, die die Brauerei mit einem neuen Abfüllbereich weiter in den Bergfels hineinwachsen lassen. „Wir sind absolut im Zeitplan, jeden Baustein in Angriff zu nehmen, um uns für die nächsten beiden Jahrzehnte zu rüsten“, so Dr. Volker Kuhl. Er unterstrich, dass das kontinuierliche Wachstum des Unternehmens deutlich über dem Wettbewerbsniveau für die erfolgreiche Privatbrauerei Grund zum Marktop-timismus sei: „Wir sind sicher, dass angesichts unserer erfreulichen Marktposition Investitionen zur Standortsicherung sehr gut angelegt sind.“



Das Unternehmen im Porträt

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2017 einen Umsatz von 323 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 2,87 Mio. hl. Der Marketingetat wird auf 37 Mio. Euro beziffert. Zum Sortenportfolio zählen Veltins Pilsener und Veltins Radler sowie das alkoholfreie Veltins Pilsener 0,0% und Veltins Radler 0,0%, Veltins Malz und Veltins Fassbrause in den Sorten Zitrone, Holunder und Apfel-Kräuter. Hinzu kommt die Spezialitätenmarke Grevensteiner mit dem Landbier Grevensteiner Original, Grevensteiner Ur-Radler und Grevensteiner Westfälisch Hell. Außerdem gehört die Biermix-Range V+ mit insgesamt sechs Sorten zum Produktangebot. Der Mehrweganteil liegt bei 94%.

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