

BRANCHENNEWS

Leichtes Plus für Veltins



Michael Huber (links) und Dr. Volker Kuhl / Foto: Brauerei C. & A. Veltins GmbH

Im Geschäftsjahr 2017 blieb die Brauerei C. & A. Veltins auf Kurs und konnte sich erneut vom strukturbedingt rückläufigen Biermarkt absetzen. So wurde die Wettbewerbsposition als drittstärkste Premium-Marke mit einem Ausstoß von 2,87 Millionen Hektolitern (+0,8 Prozent) ausgebaut.

Der Gesamtumsatz der Brauerei betrug 323 Millionen Euro (+2,5 Prozent). Die starke Absatzkraft der Stamm-Marke spiegelte sich vor allem innerhalb einer unverändert stabilen Distribution wider. „Unser marktgerechtes Sortiment und der bedarfsgerechte Gebindemix schaffen eine grundsolide Plattform, um in allen Vertriebskanälen die Erhältlichkeit ausbauen zu können“, so Veltins-Generalbevollmächtigter Michael Huber bei der Vorstellung der Geschäftszahlen 2017. „Unsere Vertriebs- und Markenkraft schafft Wachstum!“

Mehrweganteil weiter bei 94 Prozent

Die Marke Veltins bestätigte 2017 ihre stabile Sortimentsperformance und erreichte einen Ausstoß von 2,34 Millionen Hektoliter. Während die Sorte Pils stabil blieb, konnte der Biermix Radler vor allem aufgrund der Nachfrage beim alkoholfreien Produkt um plus 2,7 Prozent zulegen. Erfolgsrezept für das anhaltende Wachstum ist laut eigener Angaben die eindeutige Profilierung der Mehrweggebinde, die sich dank des Relief-Schriftzugs von der Konkurrenz abhebe. Zahlreiche Brauereien würden dieser Entwicklung folgen, um dem Anspruch des Verbrauchers nach makellosen Mehrweggebinden gerecht zu werden. „Der markenindividuelle Mehrwegpool bleibt auf Dauer der einzige Garant, um dem

Premium-Auftritt in der Wahrnehmung des Verbrauchers gerecht zu werden?, ist sich Dr. Volker Kuhl, Geschäftsführer Marketing/Vertrieb der Brauerei C. & A. Veltins, sicher. Innerhalb des Gebindemixes machte der Fassbieranteil 17,4 Prozent aus, die Mehrwegflasche lag bei 76,8 Prozent und der Dosenanteil wuchs leicht auf 5,8 Prozent. Die Veltins Fassbrause büßte 14,3 Prozent ein. Die Marke V+ trug 326.400 Hektoliter (-0,2 Prozent) zum Gesamtausstoß bei. Die Marke Grevensteiner erreichte 2017 einen Ausstoß von 168.500 Hektolitern, was einem Zuwachs von 18,2 Prozent entspricht.

Gastronomisches Engagement unverändert ambitioniert

Zwar haben die strukturellen Veränderungen in der Gastronomie ihre Spuren hinterlassen, doch die Brauerei C. & A. Veltins gehört mit ihrem Fassbiergeschäft weiterhin zu den großen Investoren bei gastronomischen Neugründungen und in der Fortschreibung von Bestandsobjekten. Der Fassbierausstoß der Privatbrauerei lag 2017 bei 500.250 Hektoliter. Dank des breiten Produktportfolios mit alkoholfreien Ergänzungen und den Marken Grevensteiner und V+ entsprechen die Produkte den Erwartungen der Gastronomie. Inzwischen verlassen sich 14.500 Partner auf die Gastronomiekompetenz von frischem Veltins. Größtes Objekt bleibt für weitere zehn Jahre die Veltins-Arena, nachdem 2017 der Vertrag über die Namensrechte mit dem FC Schalke verlängert wurde.

Grevensteiner war in 17.200 Outlets präsent, 35.000 Geschäfte führten die Marken Veltins und V+. Die einst gleichförmige Phalanx von Premium-Marken ist nach Einschätzung der sauerländischen Traditionsbrauer längst auseinandergebrochen. "Es gibt wenige erfolgreiche Marken, denen man guten Gewissens auch noch in Zukunft Wachstum zutrauen kann, und es gibt eben jene Marken, die den Zenit ihres Lebenszyklus schon sichtbar überschritten haben", sieht Dr. Kuhl in absehbarer Zeit die Anzahl der Premium-Anbieter schwinden. Genau 25 Jahre ist es her, dass Veltins den Weg außerhalb der nationalen Grenzen antrat und den Export begann. Nach dem Auftakt 1992 sind aus den ersten 1.500 Hektolitern im vergangenen Geschäftsjahr 202.000 Hektoliter geworden, die in den Fokuspunkten Spanien, Italien, Niederlande, Großbritannien und USA abgesetzt werden.

Insgesamt beschäftigte das Traditionsunternehmen 2017 knapp 650 Mitarbeiter (plus drei Prozent), davon 34 Auszubildende. "Unser Prinzip, dass Technik, Marketing und Vertrieb Hand in Hand arbeiten, zahlt sich aus. Hinzu kommt eine gelebte Management-Kontinuität, die in der Brauindustrie heute eher selten zu finden ist", so Huber. Mehr als 400 Millionen Euro will das Unternehmen bis 2024 investieren ? davon allein 33 Millionen Euro in 2017.