



## **Neue Kampagne: Der Wert geteilter Erlebnisse**

# **Echte Momente statt Perfektion: Veltins inszeniert Lagerbier neu**

- **CTV-Spot setzt auf Spontaneität und Unverfälschtheit**
- **Ausbau der Markenkampagne für Veltins Lager**

Mehr Gefühl und weniger Fassade – nach diesem Motto präsentiert die Brauerei C. & A. Veltins ihr Lagerbier mit authentischen Erlebnissen. Die Kampagne für Veltins Lager zeigt echte Momente anstelle inszenierter Perfektion – und macht das Lagerbier zum milden Begleiter einer urbanen Zielgruppe. „Mehr wir. Mehr hier. Mehr mild.“ ist kein bloßer Claim, sondern eine Haltung. Ob Späti, erstes Date oder letzte Runde: Hier geht es um echte geteilte Erlebnisse und das, was wirklich zählt.

## **Milde Alternative zum klassischen Pils steht bereit**

„Mit Veltins Lager haben wir im Frühjahr 2024 eine mildere Alternative zum klassischen Pils geschaffen, die besonders zur urbanen Zielgruppe passt. Mit der neuen Kampagne machen wir dieses Lebensgefühl jetzt noch spürbarer“, so Fabian Veltins, Geschäftsführer Marketing. Im Zentrum stehen dynamische Bewegtbildformate und prägnante Stillmotive, die bewusst auf Überinszenierung verzichten. Ergänzt wird die Kampagne durch plattformgerecht entwickelte Social Assets sowie analoge und digitale Motive. „Die Kampagne ist ein weiterer Meilenstein im Ausbau der Markenwelt von Veltins Lager“, so Fabian Veltins. Nachdem im vergangenen Jahr vor allem an Bildwelt, Tonalität und strategischem Kommunikationsleitbild gearbeitet wurde, ist dies nun der erste große filmische Aufschlag für die Marke.

## **Kampagne startet auf zahlreichen Plattformen**

Die Hamburger Agentur Grabarz XCT übersetzt im neuen Spot das Produktversprechen von Veltins Lager direkt in ein Lebensgefühl. „Es geht



um echte Momente, die sich nicht erklären müssen, sondern einfach gut sind – und mit Veltins Lager noch besser werden“, erklärt Mattes Hoffmann, CCO Grabarz XCT. „Veltins ist eine Marke mit Geschichte. Veltins Lager lädt ein, sie fortzuschreiben“, ergänzt Joe Fuchs, CEO Grabarz XCT. Die Ausspielung startet am 28.05. mit Fokus auf CTV und Social.

#### **CTV-Spot als YouTube-Link:**

- 30-Sekünder: <https://youtu.be/CEfYhXyyF30>
- 20-Sekünder: <https://youtu.be/votptcB-mjQ>

#### **Credits**

**Brauerei C. & A. Veltins:** Fabian Veltins (Geschäftsführer Marketing), Stefan Wiesmann (Marketing Direktor), Markus Vollmerhaus (Leiter Produkt- und Markenmanagement), Christina Weber (Produktmanagerin)

**Agentur Grabarz XCT:** Mattes Hoffmann (Kreativgeschäftsführer), Joe Fuchs (Beratungs-Geschäftsführer), Moritz Pupke (Executive Creative Director), Nele Ueding (Account Director), Laura Schnurstein (Account Manager), Nils Wettlaufer (Senior Art Director), Luca Weber (Art Director), Petra Ahrens (Senior Producer), Yonathan Litzius (Copywriter), Sarah Mürmel (Senior Social Media Manager)

**Produktion:** Cobblestone Filmproduktion GmbH, Juri Wiesner (Producer), Neda (Regisseurin), Georgi Andreev (DoP), Mat Neidhardt (Fotograf)

#### **Das Unternehmen im Porträt**

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2025 einen Umsatz von 461 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 3,37 Mio. hl. Zum Sortenportfolio zählen Veltins Pilsener und die Marke Veltins mit einem breiten Angebot von Radler, Alkoholfrei, Radler Alkoholfrei, Veltins Fassbrause sowie Veltins Helles Lager. Hinzu kommt die Spezialitätenmarke Grevensteiner; außerdem gehört die Biermix-Range V+ zum Produktportfolio. Mit dem Pülleken hält die Brauerei darüber hinaus ein mild-süffiges Hellbier bereit. Der Mehrweganteil liegt bei 92,4%.

#### **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)