



Pressemitteilung

Nordhausen, xx.10.2026

Vom Hingucker zur Flaschenpost: PFEFFI verlängert Out-of-Home in die Community

Mit einer rund fünf Meter hohen PFEFFI-Flasche in Berlin verbindet die Kultmarke aufmerksamkeitsstarke Außenwerbung mit digitaler Interaktion, Social Sharing und einem persönlichen Community-Moment.

Wie wird aus einer einzelnen Außenwerbefläche ein Markenmoment, der über seinen Standort hinaus weitererzählt wird? PFEFFI setzt dafür in Berlin auf eine Out-of-Home-Sonderumsetzung, die physische Inszenierung und digitale Aktivierung miteinander verbindet.

Vom 2. Oktober bis 13. November 2026 verwandelt die Pfefferminzlikörmarke eine klassische Litfaßsäule in Berlin-Friedrichshain in eine rund fünf Meter hohe PFEFFI-Flasche.

Wenn die Werbefläche selbst zur Inszenierung wird

An der Straße der Pariser Kommune 23, in unmittelbarer Nähe zur East Side Gallery, denkt PFEFFI die klassische Litfaßsäule neu. Statt das etablierte OOH-Medium lediglich mit einer Markenbotschaft zu bespielen, wird die Säule selbst zur Inszenierung: Als rund fünf Meter hohe PFEFFI-Flasche übersetzt sie das charakteristische Marken-Produkt aufmerksamkeitsstark ins Berliner Stadtbild.

Die außergewöhnliche OOH-Sonderumsetzung wurde in Zusammenarbeit mit dem Medienhaus Ströer realisiert.

Der bewusste Bruch mit der gewohnten Wahrnehmung des Mediums verleiht der Sonderumsetzung eine Guerilla-inspirierte Anmutung. Statt klassische Außenwerbung über möglichst viele Flächen zu skalieren, setzt PFEFFI auf eine einzelne, aufmerksamkeitsstarke Präsenz mit dem Potenzial, über Social Media, PR und die Community weitergetragen zu werden.

1/5

Nordbrand Nordhausen GmbH | Pressekontakt: Ines Axen, PRaffairs GbR

Telefon: +49 040/429347097
Mobil: +49 0172/54 59 835
ines.axen@pr-affairs.de

Alte Volksparkstr. 24
D-22525 Hamburg
www.pr-affairs.de



EIN UNTERNEHMEN DER ROTKÄPPCHEN-MUMM GRUPPE



Herkunft als Kontext, nicht als Kampagnenbotschaft

Auch Standort und Zeitraum sind bewusst gewählt. Die Aktivierung startet rund um den Tag der Deutschen Einheit und befindet sich unweit der East Side Gallery. Für PFEFFI, dessen Geschichte in Nordhausen, Thüringen begann und der sich vom ostdeutschen Kultklassiker zur bundesweit etablierten Love-Brand entwickelt hat, entsteht so eine zusätzliche Verbindung zwischen Herkunft und heutiger Markenrealität.

Die historische Dimension bildet dabei bewusst den Kontext, nicht die Kampagnenbotschaft. Im Mittelpunkt stehen die Markeninszenierung und ihre Verlängerung über den physischen Kontakt hinaus.

Die XXL-Flasche wird zur digitalen Flaschenpost

Die Verlängerung beginnt auf der Rückseite der Flasche: Ein QR-Code auf dem Rückenetikett führt auf eine Landingpage mit einem eigens entwickelten digitalen Grußgenerator.

Dort können Nutzerinnen und Nutzer ein PFEFFI-Motiv auswählen und mit einem vorgegebenen Spruch oder einer eigenen persönlichen Nachricht kombinieren. Die daraus entstehende digitale Grußkarte lässt sich anschließend über eine Sharing-Funktion direkt an Freunde, Familie oder andere Lieblingsmenschen weitergeben.

So übersetzt PFEFFI die Idee der klassischen Flaschenpost ins Digitale: Die XXL-Flasche schafft die Plattform und den Impuls, die persönliche Botschaft wird von der Community weitergetragen.

Gemeinschaft wird zur Handlung

Die Mechanik greift einen zentralen Gedanken der PFEFFI-Markenführung auf: Gemeinschaft und Miteinander sollen nicht nur kommunikativ vermittelt, sondern durch echte Erlebnisse und konkrete Interaktionen erlebbar werden.

Beim Grußgenerator tritt die Marke deshalb bewusst einen Schritt zurück. PFEFFI schafft Anlass und Plattform – im Mittelpunkt steht die persönliche Botschaft zwischen zwei Menschen. Aus dem OOH-Kontakt wird damit eine kleine soziale Geste: sehen, scannen, gestalten und weitergeben.

„Für uns entsteht Markenrelevanz nicht dadurch, dass möglichst viele Menschen eine Werbefläche sehen. Spannend wird es, wenn aus Aufmerksamkeit eine Interaktion und daraus im besten Fall ein echter Moment zwischen Menschen entsteht. Deshalb haben wir die XXL-Flasche von Beginn an über den physischen Standort hinaus gedacht: als

2/5

Nordbrand Nordhausen GmbH | Pressekontakt: Ines Axen, PRaffairs GbR

Telefon: +49 040/429347097
Mobil: +49 0172/54 59 835
ines.axen@pr-affairs.de

Alte Volksparkstr. 24
D-22525 Hamburg
www.pr-affairs.de



EIN UNTERNEHMEN DER ROTKÄPPCHEN-MUMM GRUPPE



aufmerksamkeitsstarkes Markenbild im Stadtraum und gleichzeitig als Impuls, den unsere Community selbst weitertragen kann“, sagt Patricia Emde, Leiterin Spirituosenmarketing Nordbrand Nordhausen.

OOH als Ausgangspunkt statt Endpunkt

Auch kommunikativ endet die Aktivierung nicht an der Litfaßsäule. PFEFFI begleitet die Sonderumsetzung über die eigenen Social-Media-Kanäle. Bereits Entstehung und Aufbau der XXL-Flasche werden dokumentiert und für Social Content genutzt. Vor Ort schafft die Installation einen Foto- und Sharing-Anlass, während die digitale Flaschenpost zur aktiven Beteiligung einlädt.

Damit führt PFEFFI einen Ansatz fort, der bereits vergangene Markenaktivierungen geprägt hat: Markenpräsenz so zu gestalten, dass daraus Erlebnisse, Inhalte und Interaktionen entstehen, die über den einzelnen Kontaktmoment hinausreichen. Bereits bei den Guerilla-Gigs mit der Band OK KID verband PFEFFI überraschende Vor-Ort-Erlebnisse mit Community-Aktivierung und konsequenter Social-First-Verlängerung.

Die Berliner OOH-Sonderumsetzung führt diesen Ansatz nun im urbanen Raum weiter: Die Inszenierung schafft Aufmerksamkeit, die digitale Flaschenpost macht daraus Interaktion und die Community trägt sie weiter.

Über PFEFFI

PFEFFI ist der originale, leuchtend grüne Pfefferminzlikör aus Nordhausen und gehört zur **Nordbrand Nordhausen GmbH**, einem Unternehmen der **Rotkäppchen-Mumm Gruppe**.

Seit den 1950er-Jahren hat sich PFEFFI vom Kultklassiker zur bundesweit etablierten Love Brand entwickelt. Die Marke steht für frischen Minzgeschmack, Gemeinschaft und unvergessliche Momente – ob auf Festivals, Konzerten oder beim gemeinsamen Anstoßen mit Freunden.

Mit aufmerksamkeitsstarken Aktivierungen, kreativen Sondereditionen und einer konsequent communityorientierten Markenführung entwickelt sich PFEFFI kontinuierlich weiter und begeistert heute sowohl langjährige Fans als auch eine neue Generation von Konsumentinnen und Konsumenten.

3/5

Nordbrand Nordhausen GmbH | Pressekontakt: Ines Axen, PRaffairs GbR

Telefon: +49 040/429347097
Mobil: +49 0172/54 59 835
ines.axen@pr-affairs.de

Alte Volksparkstr. 24
D-22525 Hamburg
www.pr-affairs.de



EIN UNTERNEHMEN DER ROTKÄPPCHEN-MUMM GRUPPE



Foto:



4/5

Nordbrand Nordhausen GmbH | Pressekontakt: Ines Axen, PRaffairs GbR

Telefon: +49 040/429347097
Mobil: +49 0172/54 59 835
ines.axen@pr-affairs.de

Alte Volksparkstr. 24
D-22525 Hamburg
www.pr-affairs.de



EIN UNTERNEHMEN DER ROTKÄPPCHEN-MUMM GRUPPE



5/5

Nordbrand Nordhausen GmbH | Pressekontakt: Ines Axen, PRaffairs GbR

Telefon: +49 040/429347097
Mobil: +49 0172/54 59 835
ines.axen@pr-affairs.de

Alte Volksparkstr. 24
D-22525 Hamburg
www.pr-affairs.de



EIN UNTERNEHMEN DER ROTKÄPPCHEN-MUMM GRUPPE