



Pressemitteilung

Nordhausen, 04.08.2026

Wenn Markenkommunikation zum Festival-Moment wird: PFEFFI überrascht mit Guerilla-Gigs auf Festivals und trifft mitten ins Herz der Community

Wie erreicht man junge Menschen heute als Marke?

Mit Erlebnissen, die überraschen, verbinden und lange in Erinnerung bleiben.

Genau mit diesem Anspruch ist PFEFFI in die diesjährige Festivalsaison gestartet.

Gemeinsam mit der Indie-Pop-Band OK KID hat die Kultmarke eine Guerilla-Aktivierung entwickelt, die unangekündigte Live-Gigs direkt auf die Campingplätze ausgewählter Festivals bringt und so authentische Community-Momente mitten in der Zielgruppe schafft.

Die Guerilla-Marketing-Kampagne entstand in enger kreativer Zusammenarbeit zwischen PFEFFI, der Band OK KID und EssenceMediacom, einer Marke von WPP Media, und wurde gemeinsam entwickelt und umgesetzt.

Unter dem Kampagnentitel „**Auffrischen & Aufdrehen**“ setzt PFEFFI bewusst auf erlebnisorientierte Markenkommunikation statt klassischer Festivalwerbung. Im Mittelpunkt stehen überraschende Begegnungen, gemeinsames Erleben und echte Emotionen – ganz im Sinne der Marken-DNA von PFEFFI: **Für alle, die frischen Minzgeschmack nicht nur schmecken, sondern gemeinsam erleben wollen.**

Gemeinsam erleben statt klassisch werben

Nach einer langen Festivalnacht braucht der nächste Tag vor allem eines: Einen frischen Start!

Statt klassischer Markenpräsenz überraschte OK KID die Festivalbesucherinnen und Festivalbesucher mit exklusiven, unangekündigten Live-Auftritten direkt auf den Campingplätzen. Aus

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



einem gewöhnlichen Festivalmorgen wurde innerhalb weniger Minuten ein gemeinsames Erlebnis, bei dem Musik, Community und PFEFFI auf authentische Weise zusammenfinden.

Ergänzt wurden die Überraschungskonzerte durch interaktive Aktivierungselemente wie die über 2,50 Meter hohen **XXL-PFEFFI-Floaties**, die von Beginn an als Crowd-Elemente konzipiert wurden. Innerhalb kürzester Zeit entwickelten sie sich zum visuellen Highlight der Aktivierung und wurden begeistert durch die Festivalmenge geworfen. Ein exklusives Produkt-Sample (PFEFFI-Mundspray) rundete das Erlebnis ab und schuf auf humorvolle Weise einen zusätzlichen Markenkontakt direkt in der Community.

Dass die Idee den Nerv der Community getroffen hat, zeigte sich nicht nur vor Ort: Auch nach den ersten Festivalstopps erreichten PFEFFI zahlreiche Anfragen über die Social-Media-Kanäle nach den XXL-Floaties. Aufgrund der hohen Nachfrage werden diese schon bald in limitierter Auflage über den PFEFFI-Onlineshop erhältlich sein.

Love Brand durch echte Erlebnisse

Mit der Guerilla-Aktivierung verfolgt PFEFFI konsequent das Ziel, die Marke über authentische Erlebnisse emotional weiter aufzuladen.

Die Kampagne verbindet eine hochkarätige Artist-Kooperation mit überraschenden Vor-Ort-Erlebnissen und einer konsequenten Social-First-Verlängerung über die Kanäle von PFEFFI, OK KID, den Festivals sowie weiteren Partnern. So entstehen Inhalte, die weit über den Festivalmoment hinaus wirken und organisch geteilt werden.

Die Tour umfasst insgesamt vier Festivals – Happiness Festival, Deichbrand Festival, Green Juice Festival sowie Open Flair Festival – und erreicht damit ein Vor-Ort-Potenzial von über 100.000 Festivalbesucherinnen und Festivalbesuchern.

„Mit PFEFFI möchten wir Menschen nicht mit klassischer Werbung unterbrechen, sondern Teil ihrer besonderen Momente werden. Die Guerilla-Gigs zeigen eindrucksvoll, wie Marken heute durch authentische Erlebnisse emotionale Relevanz schaffen können. Genau diese gemeinsamen Erinnerungen machen PFEFFI für unsere Community erlebbar und stärken die Marke nachhaltig“, Patricia Emde, Leiterin Spirituosenmarketing Nordbrand Nordhausen.

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



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.

Foto:

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



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