

Pressemitteilung

Underberg x DIE FANTASTISCHEN VIER auf dem OMR Festival: Wenn Freundschaft erlebbar wird

- Underberg x DIE FANTASTISCHEN VIER: Partnerschaft zeichnet sich durch Authentizität, Humor und Vertrauen aus
- Hip-Hop-Legenden treten zusammen mit der Brand-Managerin für Underberg auf der Red Stage auf
- „Underberg Speed Boule Challenge“ feiert auf dem OMR Festival ihre Premiere
- Limitierte Festival-Edition der Portionsflaschen sowie KI-Fotoaktion sorgen für individuelle Fan-Momente

Rheinberg/Hamburg, 30.04.2025 Was mit einem Freundschaftsritual begann, wird jetzt auf der großen Bühne erlebbar: Underberg und DIE FANTASTISCHEN VIER feiern ihre besondere Verbindung beim OMR Festival (6.&7. Mai) in Hamburg. Die vier Bandmitglieder sind persönlich vor Ort und berichten am Dienstag, 6. Mai, ab 15 Uhr auf der Red Stage gemeinsam mit Underberg-Brand-Managerin Sabine van den Boom über die einzigartige Kooperation. Begleitet wird der Auftritt der Rheinberger von der Premiere der „Underberg Speed Boule Challenge“, einer limitierten OMR-Sonderedition der ikonischen Portionsflaschen sowie einer KI-Fotoaktion.

Underberg und DIE FANTASTISCHEN VIER: Angefangen hat alles vor über 20 Jahren, als die vier Musiker aus Stuttgart bei einem Textworkshop auf einer Hütte in Österreich den Kräuter-Bitter aus Rheinberg kennen und schätzen gelernt haben. Underberg wurde zum festen Bestandteil des Freundschaftsrituals. Wenn Smudo, Thomas D, Michi Beck und And.Ypsilon zusammenkommen, wird mit Rheinberger Kräuter auf die jahrzehntelange Beziehung zwischen den vier Künstlern angestoßen.

Keine Testimonials, sondern echte Fans

Im Herbst 2024 wurde aus der natürlichen Verbindung zwischen Marke und Band eine offizielle Kooperation. „Wir haben keine Testimonials für unsere Love Brand gesucht, wir haben echte Fans gefunden“, sagt Vera Donner-Sander, Brand Director der Semper idem Underberg AG. Das hat zur Folge, dass die vier Musiker beispielsweise aktiv an Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen mitarbeiten. So waren sie nicht nur die Hauptdarsteller des zentralen Kampagnen-Spots „4 Sekunden Stille – Kleines Ritual, Große Freundschaft“; Smudo schrieb beispielsweise auch den Text für das Video und sprach ihn selbst ein.

„Gefühlt haben sich die FANTASTISCHEN VIER tief in unser Markenuniversum eingegraben – Smudo könnte inzwischen glatt als Teammitglied durchgehen“, sagt Sabine van den Boom, Senior Brand Manager für die Marke Underberg. „Diese Zusammenarbeit ist für uns ein echtes Abenteuer – und macht riesigen Spaß“, erläutert van den Boom weiter. „Vom ersten Treffen an

war ein starkes Vertrauen spürbar. Uns war schnell klar: Wenn wir die Geschichte wirklich authentisch erzählen wollen, dürfen wir nichts, wirklich nichts, skripten – und genau das macht den Unterschied aus.“

Underberg Speed Boule Challenge: Goldenes Trikot zu gewinnen

Die Kampagne selbst geht weiter, live und vor Ort: Wobei das Thema Boule, im Kampagnenfilm mit viel Augenzwinkern in Szene gesetzt, eine zentrale Rolle spielt. Auf dem OMR Festival feiert nämlich die „Underberg Speed Boule Challenge“ im Außenbereich (Booth: B0 A02) Premiere – mit gemischten Teams, einem goldenen Underberg-Trikot als Preis und natürlich mit den FANTASTISCHEN VIER. „Man muss kein Boule-Profi sein, um die große Kugel möglichst nah an die kleine Kugel zu rollen“, sagt Smudo und ergänzt: „Wichtig ist doch, gemeinsam Spaß zu haben und den Augenblick zu feiern.“

Der Doppelpass zwischen den beiden Partner funktioniert – und das kommt auch bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern an. Laut einer aktuellen YouGov-Analyse stieg das „Word of Mouth Exposure“ für die Marke „Underberg“ im vierten Quartal 2024 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um beeindruckende 47 Prozent an. Darüber hinaus kam durch eine weitere Umfrage des britischen Marktforschungsinstitutes heraus, dass „Underberg“ zu den Marken gehört, die im Laufe des Jahres 2024 am stärksten an Beliebtheit zugelegt haben. Mit einem Plus von 7,1 Prozentpunkten landete Rheinberger Kräuter in der Kategorie „Sekt und Spirituosen“ sogar auf Rang 1.

OMR Sonderedition der Portionsflaschen und KI-Fotoaktion

Komplettiert wird der dritte Auftritt von Underberg auf der Leitmesse für Online-Marketing und die Digital-Branche durch eine exklusive OMR Sonderedition der ikonischen 20ml-Portionsflaschen. Die stylischen Etiketten gab es schon in den beiden Vorjahren für den Kräuter-Bitter, in diesem Jahr kommt zusätzlich auch ein neues Gewand für den Underberg Espresso Herbtini dazu. Ebenfalls neu: eine KI-Fotoaktion, mit der sich Besucher als fünftes Band-Mitglied der FANTASTISCHEN VIER inszenieren können. Wer es lieber analog mag, der sollte einfach die Kräuter aus 43 Ländern mit allen Sinnen erleben – auch so kann man sich den Hip-Hop-Idolen sehr nah fühlen.

Über die Semper idem Underberg AG: Die Semper idem Underberg AG ist ein wertorientiertes Familienunternehmen aus Rheinberg am Niederrhein. Kernkompetenzen der Unternehmensgruppe sind die konsumentenzentrierte Entwicklung und Herstellung von Premium-Spirituosen sowie der weltweite Vertrieb der Produkte. Neben den international bekannten Marken Underberg, Asbach und PITÚ werden weitere eigene Marken und Distributionsmarken angeboten. Dazu gehören aus dem eigenen Haus St. Hubertus-Tropfen, XUXU, Zwack Unicum und Grasovka sowie zahlreiche Distributionsmarken wie Amarula, BOLS, Koskenkorva Vodka, Linie Aquavit, STROH, Túnel und Ouzo of Plomari.

Pressekontakt:

Christian Schönhals

Pressesprecher/Leitung Unternehmenskommunikation

Semper idem Underberg AG

Hubert-Underberg-Allee 1, 47495 Rheinberg

Tel.: +49 2843/920-296 – Mobil: +49 170/320 97 59

E-Mail: christian.schoenhals@underberg.com

www.sempersidem-underberg.com