

23.03.2026 - 12:26 Uhr

Rockstar Energy macht Musik körperlich erlebbar – erstes fühlbares Plakat in Deutschland



Neu-Isenburg, (ots) -

Rockstar Energy hat am 20. und 21. März 2026 in Berlin eine einzigartige Out-of-Home-Installation ins Leben gerufen: das erste Plakat, das man fühlen kann. Durch den Einsatz von einer besonderen Technologie, die Musik spürbar macht, hat Rockstar Energy ein Erlebnis geschaffen, das es so noch nie gegeben hat. Mit Rapper SS10 inszenierte die Marke das Billboard. Die Message dahinter: #FÜHLKOMPLETT.

Ein analoges Erlebnis in einer digitalen Welt

In einer Zeit, in der Menschen in Deutschland Medien [fast elf Stunden](#) am Tag nutzen, davon über 9,5 Stunden allein für Audio- und audiovisuelle Inhalte, dominiert der digitale Konsum den Alltag.[1] Mit dem PR-Stunt hat Rockstar Energy bewusst dagegehalten: Das Billboard sendete keine normal hörbare Musik, sondern ließ Besucher:innen die Musik durch intensive Vibrationen erlebbar machen. Wer wissen wollte, welches Genre gerade lief, musste vor Ort sein und ihn fühlen. Rockstar Energy hat damit bewusst einen Moment der Exklusivität geschaffen – ein physisches Erlebnis inmitten digitaler Dauerpräsenz.

„Der Stunt ist Teil unserer ‚Musik im Blut‘-Kampagne. Mit SS10 zeigen wir, dass Musik mehr ist als ein Genre, sie ist ein Gefühl. Das Billboard übersetzt diese Haltung in die analoge Welt: Musik wird dadurch greifbar, erlebbar und überraschend persönlich“, sagt **Sofia Kulcke-de Beauclair, Brand Managerin bei PepsiCo Deutschland.**

Besucher:innen sollten Tracks erraten

Damit wurde ein Werbemittel zum öffentlichen Event und Musik auch jenseits klassischer Hörlogiken erfahrbar. Durch die körperliche Wahrnehmung über Vibration eröffnete das Billboard zudem einen Zugang, der Musik unabhängig vom Hörsinn erlebbar machte.

Im Rahmen des Events hatten Besucher:innen die Möglichkeit, das Genre des gespielten Tracks zu erraten und dabei Preise zu gewinnen, darunter ein Meet & Greet mit SS10 sowie Tickets für sein Konzert am 27. März im Velodrom in Berlin.. Zu erraten waren die drei Genres EDM, Oldies und als Easter Egg ein Rap-Track von SS10: „Alles oder Nix“.

So wurde das „spürbare“ Plakat realisiert

Die Kommunikationsagentur Faktor 3 AG entwickelte die Idee zum Stunt und begleitete die Umsetzung maßgeblich:

„In einer überdigitalen Welt, haben wir etwas Physisches geschaffen, das man nur live erleben kann. Wer den Beat spüren will, muss da sein – das ist unsere Rebellion gegen digitale Austauschbarkeit, erklärt **Roman Jonsson, Head of Creation bei Faktor 3.**

Die auf Musik spezialisierte Kreativagentur blut.agency hat sich um den passenden Sound für das Plakat gekümmert: „Wir haben die Songs gezielt so aufgebaut, dass ihre Energie im tieffrequenten Bereich wirkt. Das Billboard übersetzt Musik in physische Impulse der Körper wird zum Resonanzraum. Damit ging die Musik wortwörtlich unter die Haut“, sagt **Michael Robb, Head of Audio Production & Managing Director bei blut.agency.**

Das Design Studio bjm hat das Billboard konstruiert: „Wir haben elf speziell verbaute Module in die Konstruktion integriert. Entscheidend war, die Energie so zu bündeln, dass sie vor dem Billboard intensiv spürbar ist, ohne als klassischer Sound wahrgenommen zu werden, quasi wie ein Werbeplakat mit Puls“, sagt **Jakob Müller, Founder von bjm studio.**

360°-Aktivierung mit On-Pack-Promotion

Der PR-Stunt bildet das Finale der Kampagne „Musik im Blut“ – der bislang größten DACH-Kampagne für Rockstar Energy. Mit Rapper SSIO als Gesicht der Kampagne und sechs neuen Limited Editions lädt die Aktion alle ein, Musik nicht nur zu hören, sondern zu spüren – ganz egal, welches Genre oder welcher Lifestyle. Ganz nach dem Motto: „fühl's komplett“.

Die Kampagne läuft von März bis Juni 2026 und wird durch eine On-Pack-Mechanik unterstützt: Wer eine Aktionsdose mit goldener Lasche kauft und den Code online eingibt, hat die Chance, eine von zehn Musikreisen im Wert von jeweils 10.000 Euro zu ikonischen Musikdestinationen zu gewinnen, z. B. New York-Rap, Seoul-Pop oder EDM für Ibiza. – passend zu den einzelnen Genres. Zusätzlich werden Konzerttickets – unter anderem für Pitbull und OneRepublic – sowie Rockstar-JBL Speaker verlost.

[1] VAUNET – Verband Privater Medien, Mediennutzungsanalyse 2025. Mediennutzung in Deutschland bei fast 11 Stunden pro Tag. Veröffentlichung 2025. Abrufbar unter: <https://ots.de/Ma7f8V>

Pressekontakt:

Gina Herkenberg
PepsiCo Deutschland GmbH
Hugenottenallee 173
63263 Neu-Isenburg
E-Mail: Gina.Herkenberg.Contractor@PepsiCo.com

Medieninhalte



Rockstar Energy hat am 20. und 21. März 2026 in Berlin eine einzigartige Out-of-Home-Installation ins Leben gerufen: das erste Plakat, das man fühlen kann. Durch den Einsatz von einer besonderen Technologie, die Musik spürbar macht, hat Rockstar Energy ein Erlebnis geschaffen, das es so noch nie gegeben hat. Mit Rapper SSIO inszenierte die Marke das Billboard. Die Message dahinter: #FÜHLKOMPLETT. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/58045 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100010595/100939101> abgerufen werden.