

Konsequentes Wachstum und innovative Produkte: SodaStream ist weiter auf Erfolgskurs und startet mit Rückenwind ins neue Jahr

- » **2024 mit erfreulichem Absatzwachstum bei Sprudlern abgeschlossen – vielversprechender Forecast auch für 2025**
- » **Wassersprudlermarke treibt Kategorie mit Innovationen voran**
- » **150 Millionen Kontakte: Werbedruck für Jahresstart 2025 verdoppelt**

(Frankfurt am Main, Februar 2025) Neue Zielgruppen erreicht, die Nachfrage gesteigert, neue Wachstumsimpulse gesetzt und gemeinsam mit dem Handel die Kategorie zum Wachsen gebracht – die Wassersprudlermarke SodaStream zieht eine erfolgreiche Bilanz für das abgelaufene Geschäftsjahr und blickt optimistisch in die Zukunft. So konnte das Unternehmen mit Deutschlandsitz in Frankfurt am Main sein Absatzwachstum bei Wassersprudlern im Jahr 2024 positiv gestalten und wuchs im wichtigen Weihnachtsgeschäft zweistellig beim Absatz. Auch insgesamt steigerte SodaStream die Nachfrage nach den Produkten des gesamten Eco-Systems, von CO₂-Zylindern und Sirups bis Accessoires. Dazu beigetragen hat auch die erfolgreiche „Push it real good“-Kampagne. Unter ihrem Dach wurde 2024 eine aufmerksamkeits- und reichweitenstarke digitale Werbekampagne für OLV, CTV, YouTube, Social Media, Influencer und Display-Ads gefahren, die sowohl die Marke mit ihren Kernvorteilen und Hauptkaufgründen als auch das Produktportfolio von Wassersprudlern bis Sirups beleuchtet und insgesamt rund 750 Millionen Brutto-Werbekontakte erreicht hat. Dirk Glassner, General Manager SodaStream Deutschland: „Wir sind zufrieden mit 2024, in dem wir der Kategorie gemeinsam mit unseren Handelspartnern neues Wachstum beschert haben. Zugleich sind wir über den Jahreswechsel hinaus auf dem Gas geblieben, haben den Werbedruck seit 1. Januar noch einmal verdoppelt und schon wieder gute Zahlen vom Handel gespiegelt bekommen. Diesen Kurs wollen wir 2025 konsequent fortsetzen.“

Ein wichtiger Erfolgsbaustein war – neben dem ganzjährigen Werbedruck – die gute Zusammenarbeit mit den Handelspartnern. So konnte SodaStream seine Distribution weiter ausbauen und auch starke Aktionen, wie zuletzt mit ALDI, fahren. Dirk Glassner: „Letztendlich ist es wichtig, dass wir als Kategorietreiber mit unseren Handelspartnern Hand in Hand arbeiten. Das haben wir 2024 wieder bewiesen und sind für 2025 bereits in guten Gesprächen für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Wir freuen uns über jeden Partner, der uns auf dieser Reise begleitet und gemeinsam mit uns wachsen möchte.“



[Download Bildmaterial](#)



Dirk Glassner, Geschäftsführer SodaStream Deutschland.



Die „Push it real good“-Kampagne wird auch 2025 fortgesetzt.



SodaStream — ideal für zuhause und unterwegs. Auch der Bereich On-the-go soll 2025 gestärkt werden.

Presseinformation

Volle Produkt-Pipeline

Auf jeden Fall kann sich der Handel auch 2025 darauf verlassen, dass SodaStream mit innovativen Neuprodukten aus allen Teilbereichen seines Eco-Systems die Verbraucher*innen begeistern wird. So sind unter anderem attraktive Bundles, zahlreiche neue Sirup-Varianten, spannende Produkte für den immer wichtiger werdenden Out-of-Home-Markt und auch neue Wassersprudler in Planung. Dirk Glassner weiter: „Für uns ist es wichtig, dass wir den Verbraucher*innen für jede Lebenssituation und jeden Anlass die passenden Produkte bieten und schlüssig erklären, welche Vorteile SodaStream hat: kein Schleppen, Ersatz von Einwegplastikflaschen, Getränke immer auf Knopfdruck verfügbar und Geld sparen. Und letztendlich wollen wir zur Lovebrand in jedem Haushalt werden.“ Aktuell besitzt ungefähr ein Drittel der deutschen Haushalte einen Wassersprudler von SodaStream.

Starkes Investment in Werbung und Verkaufsförderung

Um das Wachstum in 2025 weiter zu unterstützen, hat SodaStream sein Budget für Werbemaßnahmen und Verkaufsförderung weiter erhöht. Neben einer Digital-always-on-Kampagne mit gesteigerten Investitionen in die TV-nahen und reichweitenstarken Kanäle OLV, CTV und YouTube setzt SodaStream im neuen Jahr noch stärker als bisher auf POS-Material, Shopper-Aktivierungen und Cashback-Aktionen. Dazu gehören auch Aktivitäten rund um die UEFA Champions League, denn in diesem Jahr feiert SodaStream seine Partnerschaft mit der UEFA Champions League für die Saison 2025. Dirk Glassner: „Wir haben auch 2025 Großes vor und freuen uns, dass wir in den letzten Monaten gezeigt haben, welche wichtige Rolle wir für die Kategorie einnehmen. Im neuen Jahr werden wir daran festhalten und viele Konsument*innen von SodaStream und seinen Vorteilen begeistern. Ganz getreu dem Motto unserer Kampagne: Push it real good.“

Weitere Informationen zu SodaStream und seinen Produkten sind auf sodastream.de erhältlich.

Über SodaStream:

Die Wassersprudlermarke SodaStream, ein Tochterunternehmen von PepsiCo, ist in über 47 Ländern auf der ganzen Welt vertreten und ermöglicht es den Verbraucher:innen, mit nur einem Knopfdruck ein perfektes, personalisiertes Erlebnis mit kohlenstoffhaltigen Getränken zu kreieren. SodaStream revolutioniert die Getränkeindustrie und verändert die Art und Weise, wie die Welt trinkt, indem es seinen Nutzer:innen ermöglicht, bessere Entscheidungen für sich selbst und für den Planeten zu treffen. Um mehr über SodaStream zu erfahren, besuchen Sie <https://sodastream.de/> und folgen Sie SodaStream auf [Facebook](#), [Instagram](#) und [YouTube](#).



Auch 2025 wird SodaStream mit neuen, innovativen Produkten begeistern.

Weitere Informationen

Deutscher Pressestern®
Bierstadter Straße 9a
65189 Wiesbaden, Germany
www.dps-news.de

Anke Loeppke

E-Mail: a.loepcke@dps-news.de
Tel.: +49 611 39539-13

Julia Heirich

E-Mail: j.heirich@dps-news.de
Tel.: +49 611 39539-22



DEUTSCHER PRESSESTERN