

SodaStream Deutschland startet zum Sommer durch: Starkes Wachstum, hoher Werbedruck, neue Sirup-Strategie und konsequente Stärkung der Handelspartner

- » Führende Wassersprudlermarke will die Kategorie mit ihrem Eco-System weiter pushen
- » Absatz von Wassersprudlern im Vorjahresvergleich mit zweistelligem Wachstum
- » Mix it real good: Sirups als weiteres Standbein mit eigener Werbekampagne



Mix it real good: Erste SodaStream Kampagne für Sirups in Deutschland.

(Frankfurt am Main, Juli 2024) Die Nachfrage steigern, neue Zielgruppen gewinnen, den Handel stärken – die weltweit führende Wassersprudlermarke SodaStream drückt zum Start der abverkaufstarken Sommersaison weiter aufs Tempo und will der Kategorie neue Wachstumsimpulse verleihen. Dafür investiert das Unternehmen stark in Werbung und Verkaufsförderung, kommuniziert die Hauptverkaufsründe und setzt konsequent auf Sirups als weitere Säule, um potenzielle Zielgruppen für sein Eco-System – den kleinsten Getränkemarkt der Welt – zu begeistern. Dirk Glassner, General Manager SodaStream Deutschland: „Als führende Wassersprudlermarke sind wir uns dem Einfluss, den wir auf das Wachstum der Kategorie ausüben, wohl bewusst. Deshalb werden wir alles tun, damit unser wichtigster Partner – der Handel – von der führenden Wassersprudlermarke durch aufmerksamkeits- und reichweitenstarke Werbemaßnahmen sowie raschen Abverkauf



Dirk Glassner, General Manager
SodaStream Deutschland.



Erfolg: SodaStream konnte den Absatz bei seinen Wassersprudlern steigern.



SodaStream setzt konsequent auf Sirups als weitere Säule, um Zielgruppen zu begeistern.

Presseinformation

profitiert und die Frequenz bekommt, die er von uns zu Recht erwarten darf. Dafür setzen wir neben unseren Wassersprudlern, CO2-Zylindern und Sirups auch auf innovative Produkte für den Out-of-Home-Markt. Und das zahlt sich aus.“

Gegenüber Vorjahr konnte SodaStream in den ersten Monaten des Jahres den Absatz bei seinen Wassersprudlern zweistellig steigern – und will weiter Vollgas geben. Dirk Glassner: „Am Ende ist dieser Erfolg nur mit unseren Partnern möglich. Deshalb müssen wir auch künftig Hand in Hand arbeiten, damit unser ganzjährig starkes Investment in Werbung und unsere Handelsaktivierungen auch die gewünschte Sogwirkung entfalten können und die Verbraucher:innen ans Regal treiben! Aktuell haben wir bereits eine Haushaltspenetration in Deutschland von mehr als 30 Prozent erreicht. Aber wir wollen in jeden Haushalt und SodaStream bei allen Nutzergruppen etablieren. Vom Trendprodukt und Alltagshelfer für die Familie bis hin zum SodaStream Eco-System und zur absoluten Lovebrand für alle Verbraucher:innen. Wir haben Großes vor und jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt für den Handel, um einzusteigen, zu bevorraten und künftig gemeinsam mit uns zu profitieren.“

Push it real good: Starkes Invest in Werbung und Handelsaktivierung

Ein wichtiger Erfolgsbaustein auf diesem Weg sowie Wachstumsmotor – auch für den Handel – ist dabei die aktuelle „Push it real good“-Kampagne. Bereits im ersten Halbjahr hat SodaStream stark in Werbung – Digital, Social Media und Influencer Marketing – investiert, um weiteres Wachstum zu befeuern – insbesondere im Hinblick auf die absolute Peak-Time, die mit dem Sommer nun bevorsteht. Und auch im zweiten Halbjahr gibt SodaStream Gas. Der Fokus der Kommunikation liegt dabei auf den klassischen Hauptkaufgründen: kein Schleppen, Ersatz von Einwegplastikflaschen, Getränke immer auf Knopfdruck verfügbar und Geld sparen. Für verkaufsfördernde Maßnahmen wie Demos, POS-Material, Shopper-Aktivierungen und Cashback hatte SodaStream den Etat im ersten Halbjahr deutlich gesteigert – eine strategische Maßnahme, die sich in den vergangenen Monaten bereits mit einem Absatzplus ausgezahlt hat. Wassersprudler sind der Einstieg in ein Eco-System, das eine große Produktvielfalt mit Umsatzpotenzial und hohen Wiederkaufsraten bietet.

Mix it real good: Erste SodaStream-Werbekampagne für Sirups in Deutschland

Neben den klassischen Sprudelwasser-Konsument:innen zielt SodaStream mit seinem Sirup-Portfolio stark auf Soft- bzw. Fertiggetränke-User:innen als weiteres wichtiges Standbein. Dafür wurde unter dem Dach der erfolgreichen „Push it real good“-Kampagne eine eigene digitale Full-Funnel-Kampagne für Sirups mit dem Leitmotiv „Mix it real good“ inkl. Display Ads, Social Media und Influencer kreiert, die im Zeitraum Juni bis Dezember weit über 200 Millionen* Werbekontakte bzw. Ad Impressions erreichen wird. Dirk Glassner: „Auch hier erkennen immer mehr Verbraucher:innen, dass man sich dank unserer Sirup-Range das lästige Schleppen von Ready-to-drink-



Perfect match: die SodaStream DUO und die Sirups aus dem Hause SodaStream. 1 Getränke Sirup ergibt bis zu 9 Liter Fertiggetränk.



Im Classic-Fruit-Portfolio von SodaStream gibt es jetzt zwei neue Sorten: Holunderblüte und Maracuja.



SodaStream erweitert auch sein Zubehör. Neu ist derzeit die Metallflasche DUO Thermic für die SodaStream DUO.

Presseinformation

Sixpacks getrost sparen und Einwegplastikflaschen einfach ersetzen kann. Ganz nach dem Motto: 1 Getränkeirup ersetzt 1 Sixpack. Ab sofort stehen die 440 ml-Flaschen aus rPET im neuen Design in den Regalen – sowohl die SodaStream Sirups als auch die Flavor der PepsiCo Range. Mit den beiden neuen Sorten Maracuja und Holunderblüte erweitert SodaStream sein Classic-Fruit-Portfolio außerdem rechtzeitig zum Sommer um zwei weitere stark nachgefragte Geschmacksrichtungen.

Mit Power ins zweite Halbjahr

Auch jenseits des Kerngeschäfts gibt SodaStream weiter Gas und arbeitet derzeit an Innovationen, um das Gesamterlebnis der Marke noch mehr Menschen zugänglich zu machen – auch für die Out-of-Home-Nutzung. So sollen das On-the-Go-Geschäft konsequent ausgebaut und das Zubehör-Sortiment, wie aktuell mit der Metallflasche für die DUO, erweitert werden. Dirk Glassner: „Die Menschen lieben SodaStream. Und gemeinsam mit unseren starken Handelspartnern setzen wir alles daran, sie mit unserer Produktwelt in jeder Lebenssituation abzuholen. Damit möglichst viele Verbraucher:innen Teil der SodaStream Familie werden – und der Handel vom Wachstumsmotor SodaStream profitiert.“

*Dentsu X Leistungswerte SodaStream Flavor Kampagne Ad Impressions Juni bis Dez. 2024 (Actuals [Adserver Daten] + Forecast [Mediaplanung]). Stand vom 24.06. Werte können von weiteren zukünftigen Planungen abweichen

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

Über SodaStream:

SodaStream, ein Tochterunternehmen von PepsiCo, ist die weltweit führende Wassersprudlermarke. SodaStream 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](#).

Diesen Text und das entsprechende Bildmaterial (Fotos: SodaStream) können Sie auch im Internet herunterladen unter www.dps-news.de.



Weitere Informationen

Deutscher Pressestern®
Bierstadter Straße 9a
65189 Wiesbaden, Germany

Julia Heirich

E-Mail: j.heirich@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-22
Fax: +49 611 301995

Anke Loeppke

E-Mail: a.loepke@public-star.de
Tel.: +49 611 39539-13
Fax: +49 611 301995



DEUTSCHER PRESSESTERN