

Aufmerksamkeitsstark und extrem wirkungsvoll: SodaStream setzt Kampagne „Push it real good“ jetzt global ein

- » Nach Deutschland, Österreich und der Schweiz geht die Kampagne jetzt auch in den USA, Kanada, Polen, Frankreich, Italien, Australien und Spanien live
- » Marktforschung liefert top Werte bei Markenwahrnehmung und Kaufimpuls
- » Erste weltweit einheitliche 360°-Full-Funnel-Markenkommunikation-Kampagne in der Geschichte von SodaStream



(Frankfurt am Main, Oktober 2024) Ikonisch, markenwirksam, absatzstark: Seit rund einem Jahr ist SodaStream in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit seiner 360°-Kampagne „Push it real good“ on air. Die Kampagne auf Basis des 80er-Hits „Push It“ punktet bei Verbraucher:innen der relevanten Zielgruppen und kreiert mit saisonalen Schwerpunkten einen Sales-Push und eindrucksvolle Brand Perception. Jetzt wird die erfolgreiche Kampagne global ausgerollt und geht – in länderspezifisch angepassten Varianten – auch in den USA, Kanada, Polen, Frankreich, Italien, Australien und Spanien an den Start. Julian Hessel, Marketing Director SodaStream Deutschland und Österreich: „„Push it real good‘ ist schon heute Kult und versinnbildlicht sowohl die Lebensfreude und alle Vorteile unseres Systems als auch die Kraft der Veränderung, die jeder von uns mit SodaStream buchstäblich mit einem ‚Push‘ auslösen kann – und das alles auf frische, coole Weise. Dass ‚Push it real good‘ nun weltweit zum Einsatz kommt, freut uns sehr und zeigt, welche gewaltige Kraft die Kampagne entfaltet.“



[Download Bildmaterial](#)



„Push it real good“ wird jetzt auch global eingesetzt.



Mit der Kampagne kreiert SodaStream vor allem einen Sales-Push und eindrucksvolle Brand Perception.



Die Kampagne ist in Zusammenarbeit mit HeimatTBWA TheDisruption® entstanden.



„Push it real good“ versprüht Lebensfreude und Kraft für Veränderungen.

Presseinformation

Eine der zentralen Stärken der Full-Funnel-Kampagne ist die Flexibilität, die sie der Marke bietet, alle Attribute zu spielen und die Zielgruppen über alle Touchpoints zu erreichen. Susanne Jacoby, Head of Communication von SodaStream Deutschland und Österreich: „Wir haben ‚Push it real good‘ als Plattform kreiert, die die ganze Markenwelt von SodaStream abbildet und bei der unterschiedliche Assets jeweils perfekt auf die unterschiedlichen Funnel-Stages und Mediabereiche abgestimmt sind. In Verbindung mit dem Song, der die Freude, Energie und Dynamik von SodaStream verkörpert, ist etwas entstanden, das die Power hat, Menschen zu begeistern und zu aktivieren. Dabei trägt die Kampagne den Spirit der Veränderung in sich und verkörpert unser Markenversprechen ‚Dein Lieblingsgetränk immer frisch, wann und wo du es willst, genießen – und dabei auch noch Einwegplastikflaschen ersetzen‘.“

Erste global einheitliche Kampagne

Mit dem globalen Rollout ist „Push it real good“ auch die erste 360°-Full-Funnel-Markenkommunikation-Kampagne von SodaStream, die einheitlich über alle relevanten Märkte hinweg zum Einsatz kommt. Mitentscheidend dafür waren auch ihre überzeugenden Marktforschungswerte für die jeweiligen Märkte. So erreichte „Push it real good“ in den Tests flächendeckend Bestwerte bei allen relevanten Kennzahlen und schaffte es gleichermaßen, kurzfristig einen hohen Nachfragedruck in den Kernzielgruppen zu erzeugen als auch langfristig wirkungsvoll auf die Markenwahrnehmung von SodaStream einzuzahlen.

Unterschiedliche Schwerpunkte weltweit

Während die Kampagne in Deutschland und Österreich aktuell mit Fokus auf den klassischen Hauptkaufgründen kein Schleppen, Ersatz von Einwegplastikflaschen, Getränke immer auf Knopfdruck verfügbar und Geld sparen in Rotation digital on air ist, kommt sie international sowohl digital als auch im TV zum Einsatz. Von Markt zu Markt spielt dabei auch das Thema Sirups eine unterschiedlich ausgeprägte Rolle.

Entwicklung und Produktion aus Deutschland

Konzipiert wurde die Kampagne federführend vom Kommunikationsteam – Julian Hessel (Marketing Director), Susanne Jacoby (Head of Communication), Tim Günther (Marketing Manager Communication), Antonia Arhelger (Senior Brand Manager Digital) und Sofia Rosenberger (Brand Manager Digital) –, in Zusammenarbeit mit HeimatTBWA The Disruption®. Produziert hat die Kampagne Stereo Films München. Regie bei den Aufnahmen führte das Regieduo Lars Knorr und Jacqueline Hochmuth. Director of Photography war Nikita Kuzmenko.

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

Hier kommen Sie zu den Länderspots: [USA](#), [Spanien](#), [Italien](#), [Frankreich](#), [Polen](#)



SodaStream DUO mit der neuen Metallflasche DUO Thermic.



„Push it real good“ ist die erste global einheitliche Kampagne.



Julian Hessel, Marketing Director SodaStream Deutschland und Österreich.



Susanne Jacoby, Head of Communication SodaStream Deutschland und Österreich.

Presseinformation

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 kohlenensäurehaltigen 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 [sodastream.de](https://www.sodastream.de) und folgen Sie SodaStream auf [Facebook](#), [Instagram](#) und [YouTube](#).



Weitere Informationen

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

Anke Loeppeke

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

Julia Heirich

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



DEUTSCHER PRESSESTERN