

**TV KAMPAGNE  
SODASTREAM**



**sodastream™**

# Mit Fernsehwerbung zur größten Wassermarke Deutschlands

---

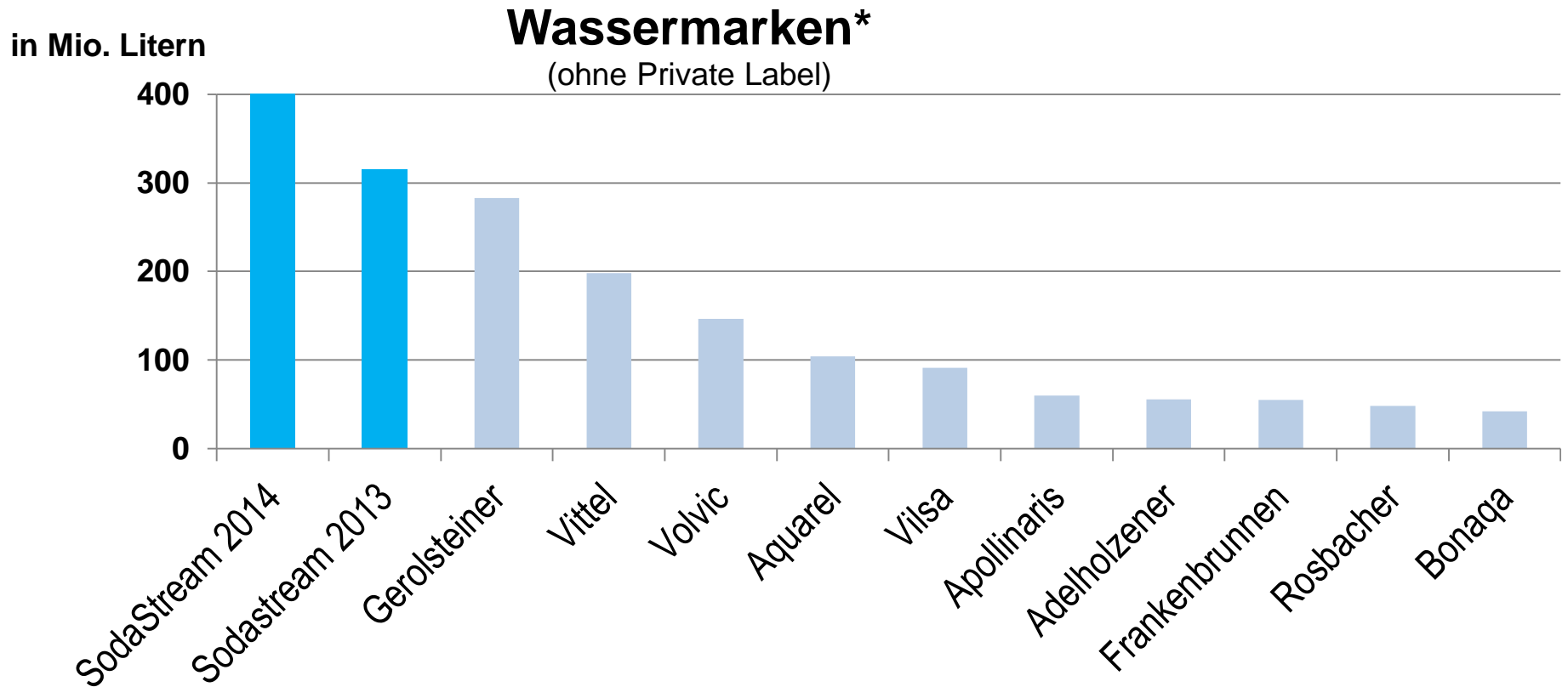
SodaStream hat in den letzten zwei Jahren den Absatz von Wassersprudlern pro Jahr massiv gesteigert:

- 🔹 Mit klarer Fokussierung auf TV
- 🔹 Mit konsequenter Erhöhung der GRPs gegen Vorjahr
- 🔹 Mit konsequenter Ausweitung der on air Wochen gegen Vorjahr

Damit ist SodaStream, gemessen in Litern gesprudeltem Wasser seit 2013 die größte Wassermarke in Deutschland.

**sodastream**<sup>™</sup>

# Sodastream Sprudelwasser, Deutschlands größte Wassermarke\*\*



sodastream™

Quelle:

\*GfK ConsumerScan | market: NAB| year 2013

\*\*interne Daten

# Mediainvest alleine reicht nicht. Der TV Spot muss funktionieren.



- ▶ Fokus auf Haupt-Kaufgrund:  
kein Wasserkisten schleppen
- ▶ Copy Test Purchase intent increase:  
>5 Punkte vs. Kontrollgruppe

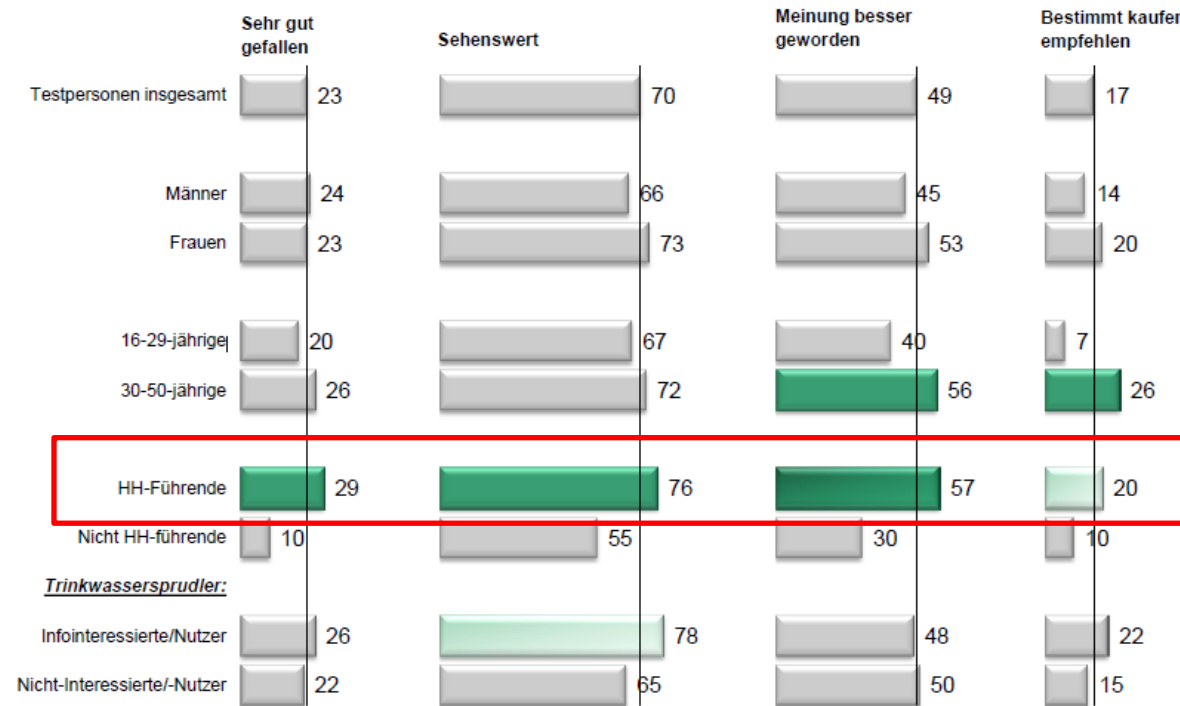
	A. Original (:20/Fin)	Control Cell
	(120)	(120)
	%	%
<b>Definitely/ Probably would buy it</b>	<b>24</b>	<b>19</b>
Definitely would buy	9	5
Probably would buy	15	14
<b>Might or might not buy</b>	<b>33</b>	<b>39</b>
<b>Probably/ Definitely would not buy it</b>	<b>43</b>	<b>42</b>
Probably would not buy	21	19
Definitely would not buy	21	23

sodastream™

# Wirkung in der Zielgruppe: Überdurchschnittlich

## Die Spot-Resonanz in den demografischen Untergruppen

Basis: Spoterinnerer (%)



Frage 5: Wie gut hat Ihnen die Werbung von ... gefallen?

Frage 6: Hatten Sie bei diesem Werbefilm das Gefühl, dass das, was da über ... gesagt und gezeigt wurde, sehenswert war?

Frage 7: Wie würden Sie jetzt auf Grund des Werbefilms Ihre Meinung über ... beschreiben? Würden Sie sagen, Ihre Meinung über ... ist jetzt -

Frage 9: Würden Sie ... auf Grund dieses Films kaufen/nutzen (empfehlen)? Würden Sie sagen -

17



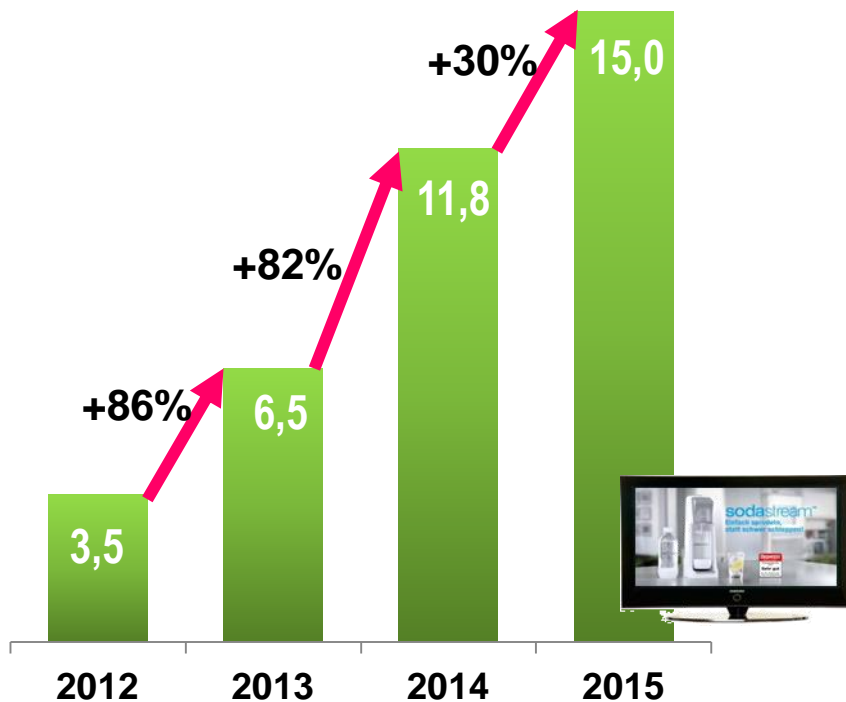
# Google Suchabfragen spiegeln gestiegenes Interesse durch TV wider



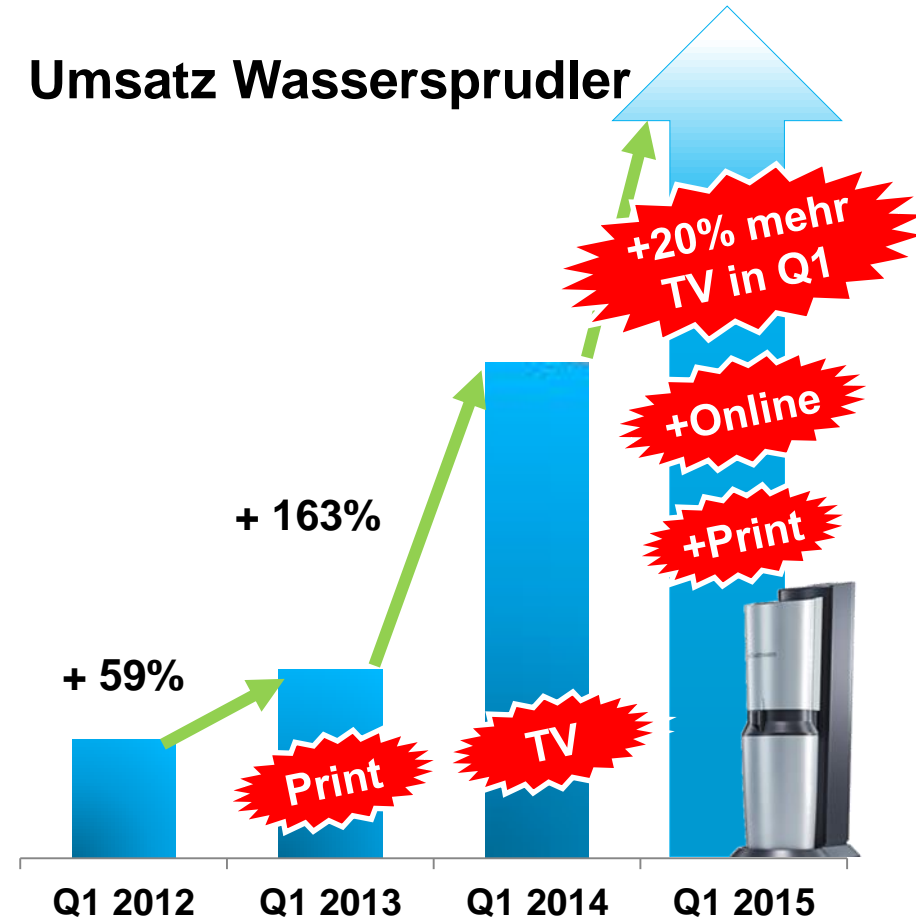
# Umsatzwachstum Wassersprudler

## durch Steigerung der Bruttowerbespendings

**Brutto-Werbependings**  
(in Mio. €)



**Umsatz Wassersprudler**



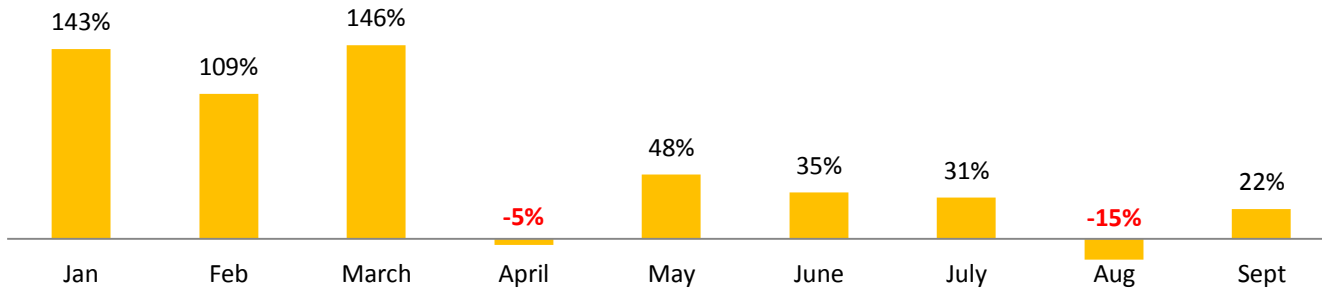
sodastream™



# Wassersprudler Sell out korreliert mit TV GRPs

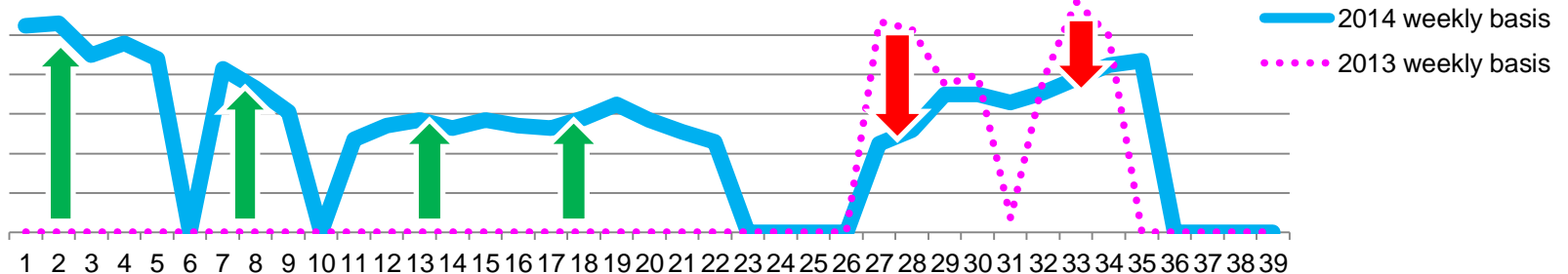
Kontinuierliches Investment und Erhöhung sind der Schlüssel zum Erfolg

2014 Wassersprudler Sell out gegen Vorjahr (Wert)



**Niedrigerer TV GRP Level**

(vs. 2013)



**Höherer TV GRP Level**

(vs. 2013)

sodastream™

