

29.05.2025 – 15:22 Uhr

PEPSICO® KÜNDIGT WELTWEITE OFFIZIELLE PARTNERSCHAFT MIT FORMULA 1® AN*Purchase, N.Y. (ots/PRNewswire) -**PepsiCo startet eine weltweite offizielle Partnerschaft mit Formula 1 und bringt Sting Energy®, Gatorade® und Doritos® in den am schnellsten wachsenden Sport der Welt*

PURCHASE, N.Y., 29. Mai 2025 /PRNewswire/ -- PepsiCo kündigt eine bahnbrechende weltweite Partnerschaft mit Formula 1® an, die 2025 im Rahmen einer mehrjährigen Verpflichtung beginnt. Diese Partnerschaft vereint die am schnellsten wachsende Sportart der Welt mit drei der wichtigsten Marken von PepsiCo: Sting Energy, Gatorade und Doritos. Jede Marke wird durch die Partnerschaft zum Leben erweckt, da die Vereinbarung die energiegeladene Spannung der Formula 1 mit der Leidenschaft von PepsiCo für die Schaffung unvergesslicher Fan-Erlebnisse auf der ganzen Welt verbindet. Mit einem kumulierten globalen Publikum von 1,6 Milliarden Zuschauern und einer aktiven Fangemeinde von 826 Millionen Menschen bietet diese Partnerschaft PepsiCo eine leistungsstarke Plattform, um mit den Verbrauchern in den 21 Ländern des Rennkalenders und in mehr als 200 Territorien durch die Übertragung in Kontakt zu treten.

Als offizieller Partner der Formula 1 hat sich PepsiCo umfassende Rechte gesichert, darunter: TV-sichtbare Werbung an der Rennstrecke, Aktivierungsmöglichkeiten in der Fanzone bei 21 Rennen, Eintrittskarten und Hospitality-Erlebnisse, exklusive Marketingrechte für die vorgestellten Marken sowie exklusive Rechte für die Beschickung der Rennstrecke und die Lieferung von Produkten an allen Rennorten weltweit. Die Vereinbarung beinhaltet auch eine offizielle Partnerschaft mit F1 Sprint, die sich bei den Fans als äußerst beliebt erwiesen hat, da die TV-Zuschauerzahlen an Sprint-Wochenenden im Durchschnitt 10 % höher sind als an Nicht-Sprint-Wochenenden. Im Rahmen seines langjährigen Engagements für die Förderung von Frauen im Sport wird PepsiCo sein Engagement auch auf die F1 Academy ausdehnen; weitere Einzelheiten werden in den kommenden Wochen bekannt gegeben.

PepsiCo wird denkwürdige Programme zur Einbindung der Fans entwickeln, die aussagekräftige Essens- und Getränkeerlebnisse über die Rennorte hinaus beinhalten, und zwar durch aufregende On-Pack-Promotions, digitale Erlebnisse und einzigartige Inhalte, die die Formula 1 einem noch größeren Publikum näher bringen. Diese Partnerschaft umfasst Möglichkeiten wie z. B. eindrucksvolle Markenerlebnisse in den Formula 1 Fan Zones und die Rechte für Co-Branding-Produkte in limitierter Auflage.

Sting Energy: Offizielles Energiegetränk der Formula 1

Sting Energy wird die F1-Fans rund um den Globus mit einem Energieschub für die Partnerschaft elektrisieren. Die Besonderheit des Produkts liegt darin, dass es den Geschmack und die Erfrischung eines Erfrischungsgetränks mit dem funktionalen Schub eines Energydrinks kombiniert, und das zu einem erschwinglichen Preis. Diese erfolgreiche Kombination hat bei den Verbrauchern, die jeden Moment optimal nutzen wollen, großen Anklang gefunden.

Als Vorzeige-Energiemarke von PepsiCo und eines der am schnellsten wachsenden Energiegetränke weltweit hat Sting Energy in den letzten fünf Jahren ein explosives Wachstum erlebt. In den wichtigsten Märkten, in denen es eingeführt wurde, wie Indien, Pakistan, Ägypten, Marokko, Myanmar, Sri Lanka und Vietnam, steht es jetzt auf Platz 1 oder 2 der Marktanteile. Da Sting derzeit in 34 Märkten erhältlich ist, stellt diese Partnerschaft eine bedeutende Chance für die weitere globale Expansion von Sting und Formula 1 dar.

In einem Sport wie Formula 1, in dem die Fans von jedem Detail besessen sind, macht sich Sting Energy das kultigste Element des Erlebnisses zunutze - den Sound. In Zusammenarbeit mit dem weltbekannten DJ Armin van Buuren hat Sting Energy auf spielerische Weise seine unerwartete Verbindung zur Formula 1 durch eine lustige Fan-Entdeckung enthüllt - der unverwechselbare Klang von "Stinggg" war schon immer im Dröhnen eines F1-Motors enthalten. Was als spielerisches Studioexperiment begann, sorgte schnell für weltweite Begeisterung und löste eine Welle der Begeisterung bei Renn-, Musik- und Sportfans aus. Der unerwartete Sound-Crossover sorgte für ein virales Gespräch und bereitete die Bühne für Sting's kühne, immersive Fan-Erlebnisse - angetrieben von der zerstörerischen Energie des Klangs.

Gatorade: Offizielles Sportgetränk der Formula 1

Gatorade ist das offizielle Sportgetränk der Formula 1 und offizieller Partner von F1 Sprint. Gatorade ist der perfekte Partner zwischen der F1 Sprint-Serie und einer Marke, die weithin mit Hochleistung und sportlichem Erfolg in Verbindung gebracht wird.

Dieses Sponsoring umfasst die Versorgung mit Getränken bei der Veranstaltung, Branding vor Ort, wie z. B. die Beschilderung der Strecke, Grafiken für die Übertragung und Interview-Kulissen während der Sprint-Wochenenden. Das Sprint-Sponsoring von Gatorade wird noch in diesem Jahr beginnen, so dass die Fans einen ersten Vorgeschmack auf diese Partnerschaft bekommen.

Doritos: Offizieller Snack-Partner der F1

Als offizieller Snack-Partner der Formula 1 schließt sich Doritos - der mutigste Snack - mit dem mutigsten Sport zusammen. Diese Partnerschaft bringt den unverwechselbaren Geschmack von Doritos zu den F1-Fans auf der ganzen Welt und sorgt für aufregende kulinarische Erlebnisse mit Doritos Loaded an den Rennstrecken und darüber hinaus. Mit den weltweiten Aktivierungsrechten wird Doritos den Geschmack auf und neben der Rennstrecke aufwerten.

"Diese bahnbrechende Partnerschaft mit Formula 1 stellt eine perfekte Verschmelzung zweier globaler Kraftpakete dar, die die Leidenschaft für die Schaffung außergewöhnlicher Fan-Erlebnisse teilen", sagte **Eugene Willemsen, Chief Executive Officer, International Beverages, PepsiCo**. "Die unvergleichliche globale Plattform der Formel 1 und ihr enormes Wachstum passen perfekt zu unseren Ambitionen, unsere Marken - insbesondere Sting Energy - auf der Weltbühne voranzubringen. Gemeinsam werden wir mutige, innovative Erlebnisse liefern, die Fahrer und Fans bei den Rennen und weit darüber hinaus ansprechen. Gleichzeitig unterstützen wir die weitere Expansion der Formula 1 zu neuen Zielgruppen weltweit in Märkten, in denen PepsiCo und Sting eine starke Präsenz haben".

Stefano Domenicali, Präsident und CEO der Formula 1, sagte:

"Heute ist der richtige Moment, um die Partnerschaft zwischen zwei ikonischen und historischen globalen Marken zu feiern - eine glänzende Verbindung, die Tradition und Innovation zusammenbringt und für Spannung, Unterhaltung und unvergessliche Erlebnisse für unsere Fans und Kunden auf der ganzen Welt sorgen wird.

"PepsiCo wird das einzigartige Potenzial von Formula 1 als globale Plattform nutzen, um neue Zielgruppen anzusprechen, und wir werden von ihrer Energie, ihren außergewöhnlichen Produkten und ihrer treuen Gemeinschaft profitieren.

"Mit einer langjährigen Geschichte der Kreativität und der Fähigkeit, die lustigen und besonderen Momente im Leben zu feiern, ist PepsiCo der ideale Partner, mit dem wir einzigartige Momente auf unserer Reise teilen können."

Über PepsiCo

PepsiCo-Produkte werden von Verbrauchern mehr als eine Milliarde Mal pro Tag in mehr als 200 Ländern und Territorien auf der ganzen Welt genossen. PepsiCo erwirtschaftete im Jahr 2024 einen Nettoumsatz von fast 92 Milliarden US-Dollar, angetrieben von einem Portfolio an Getränken und Fertiggerichten, das Lay's, Doritos, Cheetos, Gatorade, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Quaker und SodaStream umfasst. Das Produktportfolio von PepsiCo umfasst eine breite Palette genussvoller Lebensmittel und Getränke, darunter viele kultige Marken, die jeweils einen geschätzten Jahresumsatz von mehr als 1 Milliarde US-Dollar im Einzelhandel erzielen.

PepsiCo lässt sich von der Vision leiten, mit pep+ (PepsiCo Positive) der weltweit führende Anbieter von Getränken und Fertiggerichten zu werden. pep+ ist unsere strategische End-to-End-Transformation, die Nachhaltigkeit sowie Humankapital in den Mittelpunkt unserer Wertschöpfung und unseres Wachstums stellt, indem wir innerhalb der planetarischen Grenzen agieren und einen positiven Wandel für den Planeten sowie für Menschen anregen. Weitere Informationen finden Sie unter www.pepsico.com, und folgen Sie auf [X \(Twitter\)](#), [Instagram](#), [Facebook](#) und [LinkedIn](#) @PepsiCo.

Über Formula 1®

Die Formula 1® wurde 1950 ins Leben gerufen und ist der prestigeträchtigste Motorsportwettbewerb der Welt sowie die beliebteste jährliche Sportserie der Welt. Formula One World Championship Limited ist Teil der Formel 1® und besitzt die exklusiven kommerziellen Rechte an der FIA Formula One World Championship™. Formula 1® ist eine Tochtergesellschaft der Liberty Media Corporation, die dem Formula One Group Tracking Stock zugeordnet ist. Das F1 logo, das F1 FORMULA 1 logo, FORMULA 1, F1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX, PADDOCK CLUB und verwandte Marken sind Marken der Formula One Licensing BV, einem Unternehmen der Formula 1. Alle Rechte vorbehalten.

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2696141/PepsiCo_1.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2696142/PepsiCo_2.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2696147/PepsiCo_3.jpg

Foto - https://mma.prnewswire.com/media/2696148/PepsiCo_4.jpg

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/2696318/PepsiCo_Logo.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/pepsico-kündigt-weltweite-offizielle-partnerschaft-mit-formula-1-an-302468361.html>

Pressekontakt:

Michael Hoppe,
mhoppe@golin.com,
908-616-9621

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006726/100932102> abgerufen werden.