

Pressemitteilung

## **Mediaplus gewinnt internationalen Mediaetat von Microdrink-Marke waterdrop®**

**Mit kleinen Getränkewürfeln hat waterdrop® in den vergangenen Jahren eine neue Kategorie rund um bewusste Hydration geschaffen und sich als moderne Lifestyle-Marke etabliert. Bereits 2020 begleitete das Mediateam360°, Teil der Mediaplus Group, die erste große Deutschland-Kampagne der Marke. Nun setzen waterdrop® und die Agenturgruppe ihre Zusammenarbeit auf internationaler Ebene fort – mit der gemeinsamen Kampagne „House of Hydration“.**

**München, den 21.05.2026** — waterdrop® denkt das Trinken neu: Mit sogenannten „Microdrinks“, kleinen, zuckerfreien Getränkewürfeln aus natürlichen Frucht- und Pflanzenextrakten, bringt die Marke Geschmack ins Wasser und motiviert Menschen zu bewussterem Trinken. Für den internationalen Auftritt ihrer Produkte setzt waterdrop® nun auf Mediaplus. Die Agentur hat sich im internationalen Pitch durchgesetzt und verantwortet künftig die strategische Mediaplanung sowie den -einkauf in Deutschland, Frankreich, Österreich und Belgien.

Die Betreuung des deutschen Marktes liegt bei der Mediaplus-Tochtergesellschaft Mediateam360°, während die internationale Kampagnensteuerung über die Mediaplus Group erfolgt. Dabei arbeitet das Team eng mit lokalen Mediaplus-Expert:innen an den jeweiligen Standorten zusammen, um waterdrop® kulturell relevant in den Märkten zu positionieren.

Die gemeinsame Auftakt-Kampagne startete am 20. Mai 2026 unter dem Motto „Water. Drop. Enjoy!“ Im Mittelpunkt steht das „House of Hydration“ auf Mallorca, wo Influencer:innen, Community-Mitglieder und Partner über mehrere Wochen hinweg in die Markenwelt von waterdrop® eintauchen. Die Mediastrategie setzt auf datenbasiertes Standort-Targeting, großflächige OOH-Inszenierungen sowie Platzierungen in Sport- und Lifestyle-Umfeldern. Ergänzend sorgen Retail-Media-Aktivierungen für Präsenz am Point of Sale.

Bereits bei der ersten großen deutschen Kampagne hatte das Mediateam360° waterdrop® media-seitig begleitet. Für die aktuelle „Hydration Season“-Kampagne setzen waterdrop® und Mediaplus auf Offline-, OOH-, Retail-Media-, Audio- und CTV-Maßnahmen. Ziel ist es, waterdrops Markenpräsenz in städtischen Räumen weiter auszubauen und die Zielgruppe im Frühling und Sommer entlang relevanter Alltagssituationen zu erreichen.

„Mit Mediaplus haben wir einen Partner gefunden, der unsere Marke und ihre Dynamik von Beginn an verstanden hat. Besonders überzeugt hat uns die Verbindung aus internationaler Expertise und einem feinen Gespür für die kulturellen Besonderheiten der einzelnen Märkte und ihrer Konsument:innen“, sagt **Mark Henning, Global Commercial Senior Director bei waterdrop®**.

„waterdrop® ist eine moderne Lifestyle-Marke, die Menschen im Alltag authentisch erreicht. Dass wir nach dem Produktlaunch in Deutschland die Zusammenarbeit nun gemeinsam mit den Mediaplus-Agenturen in den internationalen Märkten fortführen, zeigt das gegenseitige Vertrauen und wie gut wir Marke, Zielgruppe und Märkte gemeinsam weiterdenken“, erklärt **Aninka Vetter, Managing Director Mediateam360°**.

Die digitalen Maßnahmen, ausgenommen CTV, verantwortet waterdrop® inhouse.

## Über waterdrop®

Gegründet 2016 in Österreich, hat sich waterdrop® zum Ziel gesetzt, die Getränkeindustrie mit dem weltweit ersten „Microdrink“ zu revolutionieren. Das Konzept ist ebenso einfach wie überzeugend: ein kleiner, zuckerfreier Würfel, der sich in Wasser auflöst und ein Geschmackserlebnis aus natürlichen Frucht- und Pflanzenextrakten schafft. Im Zentrum steht eine klare Mission: Drink More Water. Mit einem konsequenten Fokus auf die Reduktion von Plastikmüll helfen waterdrop® Microdrinks, im Vergleich zu vorab abgefüllten Getränken in 500-ml-Plastikflaschen bis zu 98 % Plastik einzusparen. Neben den Getränkewürfeln entwickelt die Marke auch wiederverwendbare Trinkflaschen und Wasserfiltersysteme, um das gesamte Trinkerlebnis innovativ und nachhaltiger zu gestalten.

Heute betreut waterdrop® mehr als 5 Millionen Online-Kund:innen, beschäftigt über 400 Mitarbeitende und ist weltweit in über 20.000 Verkaufsstellen sowie in mehr als 50 eigenen Stores in Europa und den USA vertreten. Die Produkte werden derzeit in Europa, den USA, Japan und Australien verkauft.

## Pressekontakt

Hanna Eisenbeis  
Corporate Communications Manager  
Mediaplus Group  
Haus der Kommunikation, Friedenstraße 24, 81671 München  
Telefon: +49 89 2050-2882  
E-Mail: [h.eisenbeis@house-of-communication.com](mailto:h.eisenbeis@house-of-communication.com)

[www.mediaplus.com](http://www.mediaplus.com)

[www.linkedin.com/company/mediaplus](http://www.linkedin.com/company/mediaplus)

[www.instagram.com/mediaplus\\_global](https://www.instagram.com/mediaplus_global)

[www.youtube.com/serviceplan](http://www.youtube.com/serviceplan)