



Medienmitteilung

Rheinfelden, 20. Mai 2025

Pepsi feiert den Frauenfussball als offizieller Partner der UEFA Women's EURO 2025

Pepsi ist stolz darauf, sein Engagement im Fussball zu bekräftigen und offizieller Partner der UEFA Women's EURO 2025 zu sein, die vom 2. bis 27. Juli 2025 in der Schweiz stattfinden wird. Dies markiert einen wichtigen Meilenstein in der langjährigen globalen Fussballgeschichte von Pepsi, bei der Fussballerinnen im Mittelpunkt stehen und der Frauenfussball nachhaltig gestärkt wird.

Aufbauend auf der bisherigen, grossen Unterstützung und dem gewachsenen Zuschauerinteresse rund um die UEFA Women's EURO 2022 in England, vertieft Pepsi das Engagement im Frauenfussball mit einem lokal geführten, fanorientierten Ansatz in der Schweiz – dem Gastgeberland des diesjährigen Turniers. Die Partnerschaft vereint die globale Plattform von Pepsi mit kulturell relevanten, lokalen Aktivierungen, die darauf abzielen, die nächste Generation von Fussballfans zu inspirieren und zu begeistern. Im Zentrum steht die internationale Kampagne «Refresh the Game», die Fussballlegenden verschiedener Generationen, Vereine und Länder zusammenbringt. Gemeinsam feiern sie die Stars, die das Spiel neu definieren. Refresh the Game vereint Ikonen von heute mit Legenden von gestern und lässt dabei die unvergesslichsten Pepsi-Fussballmomente der letzten 50 Jahre neu aufleben.

Seit einem halben Jahrhundert ist Pepsi Teil der globalen Fussballkultur und hat mit prägenden Werbefilmen die ganz grossen Persönlichkeiten des Sports ins Rampenlicht gerückt – von Pelés Debüt in den 1970er-Jahren über David Beckhams Wildwest-Duell bis hin zu Ronaldinhos Magie am Strand. Refresh the Game knüpft genau hier an.

Mit Rekord-Einschaltquoten und stetig wachsender Popularität befindet sich der Frauenfussball in einem historischen Aufschwung – als eine der am schnellsten wachsenden Sportarten weltweit.

Pepsi setzt sich aktiv dafür ein, diese Entwicklung weiter zu fördern. Mit einem beeindruckenden Aufgebot an Weltklasse-Spielerinnen wie Alexia Putellas, Lauren James, Caroline Graham Hansen, Farah Jeffry und Leah Williamson werden Grenzen verschoben und Klischees durchbrochen. Ob Europameisterinnen, Champions-League-Legenden, Top-Torjägerinnen, Ballon-d'Or-Gewinnerinnen oder Stars der Women's Super League – sie alle stehen für Spitzenleistung, Talent und Leidenschaft. Auf und neben dem Platz verändern ihre spektakulären Fähigkeiten, ihre authentischen Persönlichkeiten und ihr selbstbewusstes Auftreten die Spielregeln des Fußballs.

Um die Kampagne zum Leben zu erwecken und die Fans direkt zu erreichen, lanciert Pepsi eine Reihe gezielter Massnahmen in ganz Europa – insbesondere in der Schweiz. Diese ergänzen die Refresh the Game-Kampagne, die ab Juni in der Schweiz startet, durch greifbare Erlebnisse vor Ort, die den gleichen Stars und Geschichten aus dem Kampagnenfilm gewidmet sind. Zu den wichtigsten Initiativen zählen:

- Aktivierungen in den offiziellen UEFA-Fanzonen in Basel, Bern, Genf und Zürich, wo Pepsi begeisternde Fan-Erlebnisse schaffen und die Vorfreude auf das Turnier steigern wird.
- Limitierte Pepsi Zero Sugar Dosen mit UEFA Women's EURO Branding und Schweizer Designelementen – exklusiv während des Turniers in der Schweiz erhältlich.
- Ticketverlosung mit der Chance auf eines von 200 Tickets für die UEFA Women's EURO 2025.
- Langfristige Förderung des Frauenfußballs in der Schweiz durch Partnerschaften mit führenden Clubs wie BSC Young Boys, FC Basel, FC Zürich und Servette FC.

«Die UEFA Women's EURO 2025 ist ein Schlüsselmoment für den Frauenfußball und wir sind stolz, dass Pepsi hier in der Schweiz eine so sichtbare und engagierte Rolle übernimmt», sagt Rachael Caulton, General Manager FOBO Northern Europe bei PepsiCo. «Bei Pepsi setzen wir uns dafür ein, das Wachstum des Frauenfußballs voranzutreiben – mit Plattformen, die Talente feiern, Fans inspirieren und neue Zielgruppen erreichen. Dieser Sommer ist mehr als ein Turnier – es ist eine Feier der Leidenschaft, der Entwicklung und der Athletinnen, die die Zukunft des Fußballs prägen.»

Als klares Bekenntnis zur nachhaltigen Entwicklung des Sports hat Pepsi die Partnerschaft mit dem UEFA-Frauenfußball bis 2030 verlängert – ein wegweisendes, langfristiges Engagement. Diese branchenweit einmalige Investition unterstreicht das Vertrauen von Pepsi in die Zukunft des Frauenfußballs und die Entschlossenheit, dessen Protagonistinnen auf das nächste Level zu bringen.

[Bild-/Videomaterial](#)

Für Rückfragen:

Esin Celiksüngü, Stv. Mediensprecherin

Tel. 058 123 43 86 / uko@fgg.ch

Dieser Text ist elektronisch abrufbar unter www.feldschloessen.swiss

Über PepsiCo

Die Produkte von PepsiCo werden täglich über eine Milliarde Mal in mehr als 200 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt konsumiert. Im Jahr 2024 erzielte PepsiCo einen Nettoumsatz von knapp 92 Milliarden US-Dollar – getragen von einem starken Portfolio an Getränken und Snacks, darunter Marken wie Lay's, Doritos, Cheetos, Gatorade, Pepsi-Cola, Mountain Dew, Quaker und SodaStream. Das Produktsortiment umfasst eine breite Auswahl an beliebten Lebensmitteln und Getränken, darunter zahlreiche ikonische Marken, die jeweils einen geschätzten jährlichen Einzelhandelsumsatz von über 1 Milliarde US-Dollar generieren. In der Schweiz wird Pepsi seit 2022 von Feldschlösschen abgefüllt.

Geleitet wird PepsiCo von der Vision, weltweit führend im Bereich Getränke und Snacks zu sein – mit pep+ (PepsiCo Positive) als zentraler Unternehmensstrategie. pep+ steht für eine ganzheitliche Transformation, bei der Nachhaltigkeit und der Mensch im Mittelpunkt stehen: mit dem Ziel, innerhalb der planetaren Grenzen Wert und Wachstum zu schaffen und zugleich positiven Wandel für Mensch und Umwelt zu fördern.

Weitere Informationen unter www.pepsico.com sowie auf X (Twitter), Instagram, Facebook und LinkedIn @PepsiCo.

Das Unternehmen Feldschlösschen

Feldschlösschen mit Hauptsitz in Rheinfelden AG ist die führende Brauerei und grösste Getränkehändlerin der Schweiz. Das Unternehmen besteht seit 1876 und beschäftigt 1200 Mitarbeitende an 22 Standorten in der ganzen Schweiz. Mit einem Sortiment von über 40 eigenen Schweizer Markenbieren und einem umfassenden Getränkeportfolio von Mineralwasser über Softdrinks bis Wein, beliefert Feldschlösschen 25'000 Kunden aus Gastronomie, Detail- und Getränkehandel. Der Erfolg von Feldschlösschen gründet auf den fest verankerten Markenwerten: Pionier, Meister, Partner. Sie bilden das beständige Fundament auf dem Feldschlösschen als Marktführer agiert.

www.feldschloessen.swiss

