

## Pressemitteilung

04/2017  
Rosenheim, 13. März 2017

### **Erfrischung to go: Erfolgssorte FRUCADE Blutorange kommt in die Dose**

*Der Getränkespezialist DrinkStar reagiert weiter auf den Trend zum „Außer-Haus-Konsum“ und führt FRUCADE Blutorange in der beliebten Sleek-Dose ein. Die Limonadenmarke erzielt einen neuen Umsatzrekord.*

Pünktlich zum Start in die Frühjahrssaison bringt DrinkStar eine weitere Erfolgssorte in der beliebten 0,33-l-Dose auf den Markt: FRUCADE Blutorange. Mit ihrem wuchtig-fruchtig, leicht herben Geschmack ist sie der perfekte Durstlöscher. Wie bei allen FRUCADE-Sorten liegt der Fruchtsaftgehalt bei überdurchschnittlich hohen 10 Prozent, und es wird vollständig auf den Einsatz von künstlichen Farbstoffen und Aromen verzichtet. Die Rezeptur ist zudem vegan.

„Der Trend zu To-go-Produkten hält weiter an“, erläutert DrinkStar-Geschäftsführer Roland Bittermann. Allein in den letzten fünf Jahren stieg der Absatz der Kleingebinde um 238 Prozent \*. „Unsere Kunden wollen einerseits hochwertige Produkte mit besonderer Fruchtigkeit ohne künstliche Zusatzstoffe, andererseits sollen die Produkte zu den Lebensgewohnheiten moderner Verbraucher passen“, sagt Bittermann. Gerade für den stetig zunehmenden Außer-Haus-Konsum bietet sich die praktische Dose an. „Deshalb stand für uns schnell fest, dass wir nach der erfolgreichen Einführung von FRUCADE Original in der Dose nun auch die abverkaufsstärke Sorte Blutorange in dem 0,33-l-Gebinde in den Handel bringen.“

Mit dem impulsstarken Gebinde will FRUCADE neben den bestehenden Fans auch neue, jüngere Konsumenten gewinnen. Die kleine Größe und das attraktive Design regen zudem zu Spontankäufen an.

Die neue Verpackungseinheit soll demnach für zusätzliches Wachstum sorgen. Dabei ist FRUCADE bereits seit Jahren überdurchschnittlich erfolgreich

unterwegs und konnte 2016 erneut den Umsatz steigern: In einem insgesamt rückläufigen Limonaden-Markt legte FRUCADE im Wert um 2,8 Prozent zu und baute damit ihre Position als Nummer 4 aller Fruchtlimonadenmarken weiter aus.\*\*

DrinkStar kurbelt diesen Erfolg mit massiver Kommunikation weiter an. So sorgt ganzjährige TV-Werbung zur Prime-Time mit über 65 Mio. Kontakten für höchste Aufmerksamkeit. Zudem weckt ein neuer humorvoller Funkspot rund um die bekannte Orangenmelk-Story ab April den Durst auf FRUCADE. Online- und Facebook-Aktionen, darunter Gewinnspiele, ergänzen den kommunikativen Aufschlag. Mit Web-TV und Waren-Samplings – etwa bei Festivals und an Universitäten – kommen zusätzlich jüngere Konsumenten in Kontakt mit FRUCADE. Im Handel setzen moderne Displays die neuen FRUCADE-Dosen in Szene und sorgen für zusätzliche Impulse am PoS.

Die Anstrengungen machen sich bezahlt: FRUCADE genießt weiterhin starkes Vertrauen und hohe Sympathie beim Verbraucher. Bei den kaufrelevanten Kriterien „Kaufpräferenz“ und „Weiterempfehlung“ ist sie Spitzenreiter unter den Fruchtlimonaden.\*\*\*

\* Quelle: interne Statistik, Absatz Kleingebinde, 2015 vs 2016

\*\* Quelle: NLI, Non-Cola normal, LEH inkl. Discount

\*\*\* Quelle: Cash, Brand Equity, 2016

Fotos: Copyright DrinkStar, Abdruck honorarfrei.

Weitere Informationen:

DrinkStar GmbH

Christoph Schuhwerk

Äußere Oberastr. 36/5

83026 Rosenheim

Deutschland

Tel. ++49 8031-2434-27

Fax ++49 8031-2434-51

christoph.schuhwerk@drinkstar.de

### **Weitere Informationen zur Marke FRUCADE®**

FRUCADE – eine ganz spezielle Marke.

Seit 1952 entwickelte sich FRUCADE vom Getränkeklassiker zu Österreichs Limonaden-Kultmarke. Der Grund dafür ist das Original: die in Österreich hergestellte FRUCADE Orangenfruchtsaftlimonade mit der

besonderen Fruchtigkeit und einem Saftgehalt von 10%. Mittlerweile umfasst das Sortiment 4 wuchtig-fruchtige Sorten. FRUCADE ist im LEH, in der Gastronomie oder beim Getränkefachgroßhandel erhältlich.

Charakteristisch für die erfolgreiche Marke ist die original FRUCADE Formflasche, die sich vor allem in der Gastronomie großer Beliebtheit erfreut.

FRUCADE Fans verbinden mit ihrer Lieblingsmarke vollen, frischen Fruchtgeschmack, Natürlichkeit, Heimat und Beständigkeit. Die Produkte werden in Österreich von regionalen Herstellern mit höchster Sorgfalt nach einer besonders fruchtigen Rezeptur produziert. Kurze Transportwege schonen die Umwelt, die heimatverbundenen Produzenten sichern Arbeitsplätze und fördern durch ihr lokales Engagement in Vereinen und Verbänden das aktive Leben in den Gemeinden.

### **Über DrinkStar GmbH, das Unternehmen hinter FRUCADE:**

Der Rosenheimer Getränkespezialist DrinkStar GmbH ist Tochter der Symrise AG, Holzminden, und agiert als eigenständige Handelsgesellschaft vorrangig in Zentral- und Osteuropa mit zwei sich ergänzenden Unternehmensschwerpunkten in der alkoholfreien Getränkeindustrie. Je nach Absatzmarkt vergibt DrinkStar entweder Lizenzen oder bietet einen eigenen Vertrieb für die Getränkemarken DEIT, FRUCADE, GRÖBI, TRi TOP sowie für SPEZI (in Einwegpackungen) und stellt dazu Konzentrate für die Abfüllung sowie die kompletten Marketing- und Werbekonzepte für die vielfach marktführenden Produkte zur Verfügung.

Darüber hinaus bietet DrinkStar als eingesetzter Vertrags-händler und Servicedienstleister von VELCORIN mit diesem Kaltentkeimungsmittel ein Anwendungsverfahren an, die Qualität von mikro-biologisch sensitiven Getränken zu sichern. DrinkStar ist in 37 Ländern erfolgreich tätig und arbeitet mit über 40 engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ca. 500 zufriedene Kunden.

Die Muttergesellschaft Symrise AG ist ein globaler Anbieter von Duft- und Geschmackstoffen, kosmetischen Grund- und Wirkstoffen sowie funktionalen Inhaltsstoffen. Zu den Kunden gehören Parfum-, Kosmetik-, Lebensmittel- und Getränkehersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln und Heimtiernahrung. Als im M-Dax gelistete Aktiengesellschaft gehört das

Unternehmen zu den Top 3 im globalen Markt der Düfte und Aromen. Der Konzern mit Sitz in Holzminden ist in mehr als 40 Ländern in Europa, Afrika und dem Nahen sowie Mittleren Osten, in Asien, den USA sowie in Lateinamerika vertreten.