

Pressemitteilung

04/2018
Rosenheim, 03. April 2018

FRUCADE mit saftigem Umsatzplus

Bereits zum 10. Mal in Folge konnte FRUCADE ein überdurchschnittlich hohes Umsatzwachstum erzielen. 2017 legte die Fruchtlimonadenmarke um 9,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu. Ein aktualisierter Verpackungsauftritt, ein zeitgemäßes Sortiment und ganzjährige Werbeaktivitäten setzen frische Impulse.

FRUCADE bleibt ein starker Partner im Handel. Die Nachfrage nach der Kult-Limonade ist 2017 erneut überproportional gestiegen. Im Ergebnis erzielte die Marke im vorigen Jahr ein Umsatzplus von wuchtigen 9,5 Prozent.* Damit generiert die Marke FRUCADE bereits zum 10. Mal in Folge ein jährliches Wachstum. FRUCADE ist inzwischen die starke Nummer 4 im Ranking der größten Fruchtlimonadenmarken.* Der Erfolg basiert auf vielen Bausteinen.

Hohe Produktqualität Egal ob Orange, Orange light, Zitrone oder Blutorange – alle FRUCADE-Produkte vereint ein besonders fruchtiger und natürlicher Geschmack. Allesamt enthalten einen hohen Fruchtgehalt von 10% und sind frei von künstlichen Aromen und Farbstoffen. In Zeiten steigender Nachfrage zu natürlichen und unverfälschten Produkten sind diese Qualitätsvorteile der Originalrezepturen gefragter denn je.

Klare Kennzeichnung Obwohl FRUCADE bereits 1952 auf den Markt kam, ist die Fruchtsaftlimonade zeitgemäß wie nie. „Die Rezeptur des Originals ist schon seit ihrer Erfindung vegan. Da das Thema Vegan-Eignung immer häufiger angefragt wird, sorgt jetzt ein Vegan-Hinweis auf den Etiketten für Klarheit“, sagt Roland Bittermann, Geschäftsführer beim Markeninhaber DrinkStar. So tragen die Sorten Orange (klassisch und light), Zitrone und Blutorange ab sofort das grüne „vegan“-Siegel.

Trend zu To-go-Produkten Dem anhaltenden Trend zu „To-go-Produkten“ begegnet DrinkStar mit praktischen Gebinden. Neben den kleinen 0,5-l-PET-Flaschen gibt es den Klassiker FRUCADE Orange seit 2015 in der schlanken 0,33-l-Dose und neuerdings zusätzlich auch Blutorange. Mit diesen impulsstarken Gebinden und deren Sonderplatzierungen gelingt es, neben bestehenden Fans auch neue, jüngere Zielgruppen zu gewinnen. Getreu dem Motto „klein aber oho“ konnte allein im Kleingebindesegment in den zurückliegenden 5 Jahren eine satte Umsatzverdreifachung erzielt werden.**

Geballte Werbepower Hohe Aufmerksamkeit und Bekanntheit bei den Verbrauchern garantiert eine intensive Kampagne, die österreichweit zu sehen ist. Unter dem Claim „So viel Frucht ist nicht zu fassen“ wird ganzjährig zur Prime-Time im klassischen TV und Web-TV geworben, ergänzt durch Funkspots in der Saison. Online-Aktivitäten und Waren-Samplings, stärken zusätzlich den Abverkauf der fruchtigen Kult-Limonade.

* Quelle: A.C.Nielsen, Non-Cola, FRUCADE Umsatz 2017 vs. Vorjahr

** interne Umsatzstatistik, PET 0,5L + Dose 0,33L 2012-2017

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

Pressestelle:

Kerstin Richter-Östreicher
Tel. ++49 172-833 09 33
richteroestreicher@gmail.com

Hintergrundinformationen 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.

Der Mutterkonzern Symrise ist ein globaler Anbieter von Duft- und Geschmacksstoffen, 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 führenden Anbietern im globalen Markt der Düfte und Aromen. Der Konzern mit Sitz in Holzminden ist in mehr als 90 Niederlassungen in Europa, Afrika und dem Nahen sowie Mittleren Osten, in Asien, den USA sowie in Lateinamerika vertreten.