

Pressemitteilung

06/2020

Rosenheim, 27. Februar 2020

Wachstumsmarke FRUCADE mit neuem Gwand und neuen Wachmachern

FRUCADE lässt einmal mehr die Konkurrenz hinter sich und erzielt 2019 das stärkste Umsatzwachstum unter den TOP-10 der Limonadenmarken. Um FRUCADE auch weiterhin auf der Erfolgsspur zu halten, präsentiert sich die Kultlimonade ab Mai im frischen Gwand und erweitert das Sortiment um ein erfrischendes Neuprodukt.

Seit über zehn Jahren wächst FRUCADE kontinuierlich – 2019 macht da keine Ausnahme. Die Marke des Getränkespezialisten DrinkStar, Rosenheim, weist im klassischen LEH weiterhin das stärkste Umsatzwachstum unter den TOP-10 der größten Limonadenmarken aus.*

Der Erfolg basiert auf mehreren Bausteinen. Hohe Bekanntheits- und Sympathiewerte bei Jung und Alt, Ausbau der Erhältlichkeit sowie Produktinnovationen im To-go-Gebinde trugen allesamt zum Wachstum bei: Allein beim Absatz im Kleingebinde (PET 0,5L und Dose 0,33L) legte FRUCADE im vorigen Jahr um saftige 31% zu.**

Investitionen in Produktqualität und Marke

DrinkStar investiert weiterhin in seine Marke FRUCADE und frischt das Packaging auf. Pünktlich zur Hauptsaison für alkoholfreie Getränke tritt FRUCADE frischer, moderner, plakativer auf. Der aus der TV-Werbung bekannte Kultspruch „wichtig fruchtig“ wird nun auch auf den Etiketten ausgelobt. Das neue Design erlaubt eine noch bessere Sortenunterscheidung, der Hinweis auf die natürlichen Inhaltsstoffe der Rezeptur ist für den Verbraucher deutlicher erkennbar.

„Mit der sensiblen Verjüngungskur bringen wir die Produktqualität noch besser zur Geltung“, sagt DrinkStar-Geschäftsführer Roland Bittermann. „Die Optik ändert sich, nicht aber die beliebten wichtig-fruchtigen Rezepturen von FRUCADE. Man kann also sagen: FRUCADE wird innen wie außen wichtig-fruchtig.“ Im Zuge des Relaunches wird auch der Recyclat-Anteil von den PET-Flaschen auf mindestens 50% deutlich erhöht.

Mit massiver TV-Unterstützung kurbelt DrinkStar den Erfolg von FRUCADE weiter an. Die humorvolle TV-Werbung wird ganzjährig zur Prime-Time geschaltet und erreicht rund 55 Mio. Kontakte. Online- und Social-Media-Aktivitäten, Waren-Samplings – etwa bei Festivals und an Universitäten – sowie österreichweite Hörfunkwerbung komplettieren den kommunikativen Aufschlag. Höchste Aufmerksamkeit und Kaufanreize sind somit garantiert.

Mit neuen Produkten am Puls der Zeit

„Um FRUCADE auch künftig auf der Erfolgsspur zu halten, investieren wir konsequent in unser Produktportfolio. Unser Antrieb ist es, die Marke modern zu halten und ihren Kultstatus zu festigen“, sagt Roland Bittermann, Geschäftsführer beim Markeneigner DrinkStar. Mitverantwortlich für das starke Wachstum im Kleingebindesortiment ist die in 2019 eingeführte Innovation FRUCADE ENERGY in der auffällig gestalteten, schwarzen 0,33L-Dose. Im weiterhin boomenden Segment der Energydrinks überzeugt FRUCADE ENERGY mit charakteristischer Geschmackskomposition aus frucadetypischer Orangenfruchtnote und klassischem Energy-Flavour. Für blitzschnelles Wachwerden sorgt natürliches Koffein aus der Guarana- und Kaffeepflanze.

Ein weiteres Kapitel in der Erfolgsgeschichte natürlicher Wachmacher folgt bereits in diesem Jahr. Unter der Brand „Fru“ bereichert ab ca. April ein koffeinhaltiger Softdrink mit Mateblätter-Extrakt und spritzigem Zitronensaft namens FRU MATE Österreichs Regale. Angeboten in der praktischen 0,75L-PET-Flasche aus 100% Recyclingmaterial eignet sich FRU MATE ideal für den stetig wachsenden Unterwegskonsum. Typisch für die neue FRU MATE ist ihr rauchig-kantiger Mate-Geschmack. Ein Hauch an Citrus verleiht ihr eine ausgewogene erfrischend-fruchtige Note. Die Packungsaufmachung im Retro-Design vermittelt pures Südamerika-Feeling und ist ein Hingucker am PoS.

FRUCADE – Verbraucherliebling in Österreich

All diese Maßnahmen tragen zum nachhaltigen Wachstum der FRUCADE-Produkte bei. Ein wichtiger Grund für den langfristigen Erfolg ist aber vor allem, dass FRUCADE seit der Erfindung 1952 bis heute eine der beliebtesten Erfrischungsgetränke ist. Das bestätigte kürzlich eine repräsentative Studie des renommierten Marktforschungsinstituts Market. Demnach gehört FRUCADE in 2019 zu den drei Lieblings-Limonadenmarken österreichischer Konsumenten und wurde in der Kategorie „Sympathie“ mit dem „Market Quality Award“ ausgezeichnet.

* AC Nielsen Non-Cola Total, LEH exkl. Hofer/Lidl, Umsatz-VÄ Top 10, 2018 vs. 2019

** AC Nielsen Non-Cola Normal, LEH exkl. Hofer/Lidl, Absatz-VÄ FRUCADE PET 0,5L+Dose 0,33L, 2018 vs. 2019

Fotos: Copyright DrinkStar, Abdruck honorarfrei.

Weitere Informationen und Produktmuster:

DrinkStar GmbH
Christoph Schuhwerk
Äußere Oberastr. 36/5
83026 Rosenheim
Deutschland
Tel. +49 8031-2434-27
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 Limonadensortiment 5 wuchtig-fruchtige Sorten. Neuerdings gibt es mit FRUCADE ENERGY den ersten Energydrink, der einzigartig fruchtige Orangenlimonade mit wuchtigem Energydrink vereint. 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. Mit PRINCESS AND THE PEA bietet DrinkStar erstmals ein Getränkesortiment als pflanzliche Milchalternative an und betritt ein neues Marktsegment.