

Pressemitteilung

Rosenheim, 10. März 2021

FRUCADE beweist Stärke in Krisenzeiten

Als einzige TOP-Limonadenmarke kann FRUCADE die Markenloyalität der Verbraucher während der Corona-Krise erhöhen und steigert 2020 erneut im LEH den Umsatz. Die Auszeichnung mit dem Market Quality Award zur TOP 3 der besten Limonadenmarken bestätigt den Kultstatus von FRUCADE.

FRUCADE bleibt auch in Krisenzeiten ein Umsatzgarant. Seit mehr als einer Dekade glänzt die traditionsreiche Limonadenmarke ununterbrochen mit steigenden Wachstumsraten, so auch in 2020 mit einem Umsatzplus von stolzen 5%.*

Österreichs Verbraucher jeder Altersklasse wissen die Qualität der Kultlimonade zu schätzen: FRUCADE gehört zu den drei beliebtesten Limonadenmarken der Alpenrepublik. Das bestätigte jüngst eine repräsentative Studie des renommierten Marktforschungsinstituts Market. Demnach zählt FRUCADE – wie schon im Vorjahr – in der Gesamtwertung zur TOP 3 der besten Limonadenmarken Österreichs und wurde in der Kategorie „Markenstärke“ mit dem „Market Quality Award“ ausgezeichnet.**

Und auch beim wichtigen Indikator „Markentreue“ lässt FRUCADE die Konkurrenz hinter sich, wie die Messung des Marktforschungsinstituts GfK unter den 5 größten Wettbewerbern ergeben hat: Die Marke aus dem Hause DrinkStar kann als einzige Fruchtlimonade die Loyalität seiner Fans erhöhen.***

„Seit 1952 ist FRUCADE ein treuer Begleiter, ob daheim, unterwegs oder in der Gastronomie. Gerade in den unsicheren Zeiten der Corona-Pandemie erweist sich FRUCADE somit als wertvoller Anker im Leben der Menschen, der Freude, Verlässlichkeit und Geborgenheit vermittelt. FRUCADE steht nicht nur für wuchtig-fruchtige Erfrischung, sondern vor allem auch für seine österreichische Herkunft und sozialen Zusammenhalt. Das zeigt sich jetzt in der Corona-Krise mehr denn je. Dieses Vertrauen der Menschen müssen wir uns aber immer wieder neu verdienen“, sagt Roland Bittermann, Geschäftsführer beim FRUCADE-Eigner DrinkStar. Deshalb wird kontinuierlich in die Qualität der Produkte investiert. Rezepturseitig durch einen hohen Saftgehalt und eine natürliche Rezeptur, die seit jeher ohne künstliche Aromen bzw. Farbstoffe und vegan ist. Aber auch in puncto Packaging konnten erneut Optimierungen vorgenommen werden. So tritt FRUCADE seit ein paar Monaten mit einem modernisierten, plakativen Etikettendesign auf. Mit der Erhöhung des Recyclat-Anteils bei allen PET-Flaschen und Trayfolien auf mindestens 50% wird noch mehr für eine nachhaltige Produktion getan.

Geballte Kommunikationspower für die Kult-Limo

Um den Erfolg von FRUCADE langfristig zu sichern, sorgt massive TV-Präsenz ganzjährig für Aufmerksamkeit. Rund 65 Mio. Kontakte erreicht der Spot mit dem markanten Claim „So viel Frucht ist nicht zu fassen“, bei der eine Familie auf humorvolle Weise statt Weintrauben Orangen erntet. Zu sehen sind die Spots überwiegend bei Premium-TV-Umfeldern in der Prime-Time. Um verstärkt jüngere und auch neue Fans anzusprechen, setzt DrinkStar zusätzlich auf Web-TV, Social-Media-Kampagnen sowie Waren-Samplings in studentischen Umfeldern und bei Events.

* Quelle: A.C. Nielsen, Non-Cola, Umsatz 2020

** Quelle: market Marktforschungs Gesellschaft m.b.H. und Co KG, 2020

*** Quelle: GfK, Bedarfsdeckung TOP5 CSD Regular, MAT Juni 2020

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. 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.