

**SPERRFRIST: 02.03.2022**

## **Pressemitteilung**

Rosenheim, 15. Februar 2022

### **Kleine Flasche, großer Erfolg: GRÖBI bringt frische Impulse in den Handel**

*GRÖBI, Österreichs erfolgreichste Light-Fruchtlimonade, baut seine Stellung als unangefochtener Marktführer erneut aus. Mit weiteren Produktneuheiten setzt der Pionier zuckerfreier Fruchtlimonaden neue Akzente: Das GRÖBI Kleingebinde 0,5L PET-Flasche in den erfrischenden Sorten Trübe Zitrone, Pink Grapefruit und Orange garantieren nachhaltigen Mehrumsatz im Handel.*

Ab März gibt es Österreichs meistgetrunkene Light-Fruchtlimonade im impulsstarken 0,5L-Kleingebinde. Egal, ob zum Sofortkonsum oder für unterwegs erfüllt die kleine, leichte GRÖBI ideal die Bedürfnisse jüngerer Konsumenten/-innen. Dabei enthalten alle GRÖBI PET-Flaschen und Trayfolien mindestens 50% Recycling-Anteil. Für den Handel sind somit On-Top-Umsätze durch Österreichs Nr.1 der zuckerfreien Fruchtlimonaden garantiert.

Dafür sorgt auch der differenzierende Sorten-Mix. Neben den beiden beliebten Geschmacksrichtungen Orange und Pink Grapefruit aus dem bereits bestehenden 1,5L-Vorratsgebilde ergänzt die gänzlich neue Sorte Trübe Zitrone das Portfolio des neuen Kleingebindes.

Wie alle anderen GRÖBI-Sorten ist auch die neue, fein-herbe Geschmacksrichtung Trübe Zitrone garantiert zuckerfrei und ohne überflüssige Kalorien. Sie enthält mit 6% einen hohen Fruchtgehalt und sieben wertvolle Vitamine. Mit nunmehr acht Varianten bietet GRÖBI die größte Sortenvielfalt im Segment zuckerfreier bzw. zuckerreduzierter Fruchtlimonaden.

#### **Massive Werbepresenz**

Geballte Werbepower stärkt den Abverkauf und sorgt für ein modernes Markenerlebnis. Als einzige Light-Limonade ist GRÖBI ganzjährig mit aufmerksamkeitsstarken TV-Spots präsent, die in Premium-Umfeldern die Botschaft „Null Zucker, viele Vitamine, voller Fruchtgeschmack“ transportieren. Um verstärkt jüngere Zielgruppen zu erreichen, kommen Sonderwerbeformate wie Cut-Ins bei hippen TV-Highlights zum Einsatz. Web-TV, Social-Media-Aktionen, Influencer-Kampagnen und Samplings runden den Kommunikations-Mix ab.

#### **GRÖBI – Wachstumsgarant seit Jahrzehnten**

Mit dem neuen Gebindekonzept und der neuen Sorte beweist GRÖBI einmal mehr seine Innovationskraft. „Unser Ziel ist es, die Position von GRÖBI als Nummer eins im österreichischen Light-Limonaden-Segment zu festigen und auch künftig ein Wachstumsgarant für den Handel zu sein“, sagt Volkmar Goebel, Marketingleiter beim GRÖBI-

Markeneigner DrinkStar. „Das Thema kalorienbewusste Ernährung hat bei den Verbrauchern während der Corona-Pandemie noch stärker an Bedeutung gewonnen. Entsprechend ungebrochen ist die Nachfrage nach zuckerfreien Erfrischungsgetränken. In dem dynamischen Umfeld vertrauen wir auf unser langjähriges Know-how, hochwertige Rezepturen und einen starken, zeitgemäßen Markenauftritt. Sämtliche Produkt- und Gebindeinnovationen sind dabei konsequent und doch behutsam auf die Verbraucherwünsche zugeschnitten. Das alles macht uns zu einem verlässlichen Partner für den Handel.“

### **GRÖBI überzeugt auf ganzer Linie**

Die Zahlen belegen den Erfolg dieser nachhaltigen Strategie. 2021 kann GRÖBI erneut seinen Vorsprung als souveräner Marktführer im Segment der Light-Limonaden ausbauen.<sup>1</sup> Betrachtet man das Gesamtsegment Fruchtlimonaden, so zählt GRÖBI wie schon in den Vorjahren zu den TOP-3 Absatzbringern und weist von diesen Marken mit einem Plus von satten 13% das stärkste Wachstum aus.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> A.C. Nielsen, Non-Cola Light, Umsatz 2021

<sup>2</sup> A.C. Nielsen, Non-Cola Total, Absatz 2021

Fotos: Copyright DrinkStar, Abdruck honorarfrei.

### **Weitere Informationen:**

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 GRÖBI®:**

GRÖBI brachte 1967 die erste Limonade ohne Zuckerzusatz auf den österreichischen Markt. Erst viel später präsentierten andere Hersteller „light“- bzw. „zero“-Varianten ihrer gezuckerten Erfrischungsgetränke.

Ziel – damals wie heute – ist es, mit GRÖBI ernährungsbewussten Verbrauchern eine wohlschmeckende und kalorienarme Alternative zu gezuckerten Limonaden zu bieten. Mit der größten Vielfalt von acht fruchtigen, kalorienarmen Limonaden im österreichischen Markt beweist GRÖBI seine Kompetenz. Dank der Pionierrolle und der hohen Qualität erreicht GRÖBI bei den Verbrauchern Höchstwerte in puncto Bekanntheit und Vertrauen. Diese Erfolgsgeschichte dauert weiter an: Auch in 2021 lag GRÖBI voll im Trend der leichten Ernährung und bestätigte durch erneutes Wachstum seine Marktführerschaft als Nr. 1 der zuckerfreien Fruchtlimonaden\*

\* Quelle: A.C. Nielsen, Non-Cola light, Absatz bzw. Umsatz 2021

**Über DrinkStar GmbH, das Unternehmen hinter GRÖBI®:**

Die auf alkoholfreie Getränke spezialisierte Rosenheimer DrinkStar GmbH ist Tochter der Symrise AG und agiert als eigenständige Handelsgesellschaft vorrangig in Deutschland und Österreich. Je nach Absatzmarkt vergibt DrinkStar entweder Lizenzen oder bietet einen eigenen Vertrieb für die Getränkemarken DEIT, FRUCADE, FRU, 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.