

Pressemitteilung

27.02.2023

FRUCADE: Ein Klassiker am Puls der Zeit

Nach der Corona-Pandemie steht die Gastronomie vor neuen Herausforderungen. Die Kultlimonade FRUCADE bewährt sich in diesen unsicheren Zeiten als starker Markenpartner, um Gästen besondere Genussmomente zu bereiten. Einzigartig im Geschmack, verpackt in der ikonischen Glasflasche und unterstützt durch volle Werbepower garantiert FRUCADE auch künftig nachhaltigen Absatz.

FRUCADE wird seit über 70 Jahren in Österreichs Gasthäusern, Restaurants und Bars serviert. An der Beliebtheit der Kultlimonade hat sich bis heute nichts geändert: FRUCADE zählt aktuell zu den von Verbrauchern am meisten begehrten Limonadenmarken. Das zeigen die vielfachen Auszeichnungen von FRUCADE unter den TOP-3-Marken bei so wichtigen Merkmalen wie Sympathie, Kaufbereitschaft und Markentreue.* Das positive Image spiegelt sich auch in den Umsatzzahlen wieder: „Nach der sehr schwierigen Situation in der Gastronomie aufgrund der Corona-Restriktionen ist der Absatz 2022 wieder deutlich gestiegen“, berichtet Volkmar Goebel, Marketingleiter beim FRUCADE-Markeneigner DrinkStar.

Grund dafür ist: FRUCADE trifft den Nerv der Zeit. In unsicheren Zeiten sehnen sich Menschen nach Werten wie Geborgenheit, Heimat und den kleinen Momenten des Glücks. Die bereits 1952 erfundene FRUCADE hat sich hier als stabiler Anker im Leben der Menschen bewährt, der Freude und Verlässlichkeit vermittelt.

Dieses tiefe Verbrauchervertrauen konnte FRUCADE über die Jahre in allen Altersgruppen aufbauen. So wurde konsequent in die Qualität der hochwertigen Produkte investiert. Rezepturseitig garantiert der überdurchschnittlich hohe Saftanteil von 10% den unverwechselbar wuchtig-fruchtigen Geschmack. FRUCADE Fruchtsaftlimonaden sind seit jeher vegan und frei von künstlichen Aromen. In der Gastronomie sorgen die ikonischen 0,35-L-Glasflaschen mit dem charakteristischen Dauerbrand-Logo zusätzlich für ein besonderes Erlebnis. Die Abfüllung durch regionale Hersteller in Österreich schafft beim Konsumenten Sicherheit, kurze Transportwege schonen die Umwelt – ganz im Sinne der Nachhaltigkeit.

„Inflation und Personalprobleme stellen die Wirtinnen und Wirte erneut vor eine hohe Belastungsprobe. Auch die Anspruchshaltung vieler Gäste hat sich verändert. Entscheidet sich der Gast für einen Restaurantbesuch, so sucht er das Besondere. Mit unserer erfahrenen Marke FRUCADE wollen wir dazu beitragen, dass Gastronomen ihren Gästen diese speziellen,

kleinen Momente des Glücks bescheren können“, sagt Volkmar Goebel.

Mit massiver TV-Unterstützung werden das positive Image und der Absatz von FRUCADE gestützt. Humorvolle Spots mit dem Claim „So viel Frucht ist nicht zu fassen“ sind ganzjährig zu sehen und erreichen rund 60 Millionen Kontakte in Premium-Umfeldern. Online- und Social-Media-Kampagnen sorgen insbesondere bei jüngeren und neuen Zielgruppen für Aufmerksamkeit. Probieraktionen und Gastro-Werbemittel komplettieren den Kommunikationsmix.

*market, Marktforschungsgesellschaft m.b.H und Co KG 2022



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 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 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®:

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.