

Pressemitteilung

15. März 2023

FRUCADE trifft den Nerv der Zeit und bleibt Umsatzgarant

Trotz der aktuell unsicheren Marktsituation wächst die Kult-Limo-Marke FRUCADE auch in 2022. Hierbei allen voran das Kleingebinde mit einem Umsatzplus von 19 Prozent.¹

Mit geballter Werbepower verspricht FRUCADE auch künftig seine klare Positionierung als wuchtig-fruchtige Limonade und treuer Begleiter für Österreichs Konsumenten zu stärken.

Der Wachstumstrend von FRUCADE zeigt seit mittlerweile über einer Dekade konstant nach oben. Die Marke, die bei vielen Österreichern Kultstatus genießt, erweist sich damit als stabiler Erfolgsgarant im Handel und festigt ihre Position als zweitstärkster Umsatzbringer bei Orangenlimonaden.¹

Der Erfolg basiert auf vielen Bausteinen. So trug im vorigen Jahr vor allem das Kleingebinde PET 0,5L mit den Fruchtsaftlimonaden-Sorten Orange Original, Orange Light und Zitrone überproportional zum Wachstum bei. Auch in 2023 wird das wachsende Bedürfnis nach fruchtiger Erfrischung „to go“ durch eine gesteigerte Verfügbarkeit von PET 0,5L und Dosen weiter ausgebaut.

Ein weiterer Erfolgsaspekt ist, dass sich FRUCADE als Anker im Leben der Menschen etabliert hat. „Während der Corona-Pandemie konnten wir bereits beobachten, dass sich Menschen nach den kleinen Momenten des Glücks sehnen. Diese Sehnsucht hat in Anbetracht der aktuellen Herausforderungen noch zugenommen. Auch Werte wie sozialer Zusammenhalt, Geborgenheit und Herkunft gewinnen an Bedeutung. FRUCADE trifft hier den Nerv der Zeit“, sagt Volkmar Goebel, Marketingleiter beim FRUCADE-Markeneigner DrinkStar in Rosenheim. „FRUCADE hat sich als treuer Begleiter bewährt, der Freude und ein Stück Geborgenheit vermittelt.“

Dieses tiefe Verbrauchervertrauen hat sich FRUCADE über die Jahre in allen Altersgruppen aufgebaut. Konsumenten schätzen seit Erfindung 1952 den unverwechselbar fruchtigen und natürlichen Geschmack. Die regionale Produktion durch Hersteller in Österreich schafft beim Verbraucher zusätzlich Glaubwürdigkeit. Das belegen auch die mehrfachen Auszeichnungen als TOP-Limonade in den wichtigen Kategorien Sympathie, Kaufbereitschaft und Markentreue.²

Mit massiver TV-Unterstützung sollen Bekanntheit und das positive Image von FRUCADE auch künftig gestützt werden. Humorvolle Spots mit dem Claim „So viel Frucht ist nicht zu fassen“ sind ganzjährig vor allem im Umfeld von TV-Highlights zu sehen und

erreichen rund 60 Millionen Kontakte. Online-Werbung auf Kanälen wie Youtube sorgt insbesondere bei jüngeren und neuen Zielgruppen für Aufmerksamkeit. Social-Media-Aktivitäten stärken die Markenbindung. Nicht zuletzt sollen Probieraktionen – zum Beispiel bei Unis und Fachhochschulen – zusätzliche Kaufimpulse setzen und neue FRUCADE-Fans gewinnen.

¹ A.C. Nielsen, Umsatz 2022, Non-Cola Total bzw. FRUCADE PET0,5L

² 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.