

Pressemitteilung

Rosenheim, 14. Februar 2024

Neue Markenkampagne von GRÖBI verspricht entspannten Genuss

„Entspann' di – is eh a GRÖBI!“: Mit dieser Botschaft schlägt Österreichs Nummer eins unter den zuckerfreien Limonaden ein neues Kapitel in ihrer fast 60-jährigen Markengeschichte auf. Das Herzstück der neuen Markenkampagne bildet ein TV-Spot, der pralle Lebenslust vermittelt und auf erfrischende Art zeigt, dass man sich eine GRÖBI jederzeit guten Gewissens gönnen kann.

GRÖBI ist keine gewöhnliche Limonade. Vielmehr steht GRÖBI bereits seit 1967 für zuckerfrei, null Kalorien und fruchtigen Geschmack. Mit Erfolg: Der Limonade-Klassiker ist seit Jahren auf Wachstumskurs und bis heute die unangefochtene Nummer 1 unter den kalorienreduzierten Fruchtlimonaden.¹ Jetzt startet eine neue Markenkampagne, die das Leistungsversprechen von GRÖBI dem Zeitgeist entsprechend übersetzt.

Der Schwerpunkt liegt auf TV-Werbung. Der Spot entführt die Zuschauenden in eine sommerliche Szenerie am See. Drei Freizeitsportlerinnen und -sportler, Menschen wie du und ich, haben Spaß beim Stand-up-Paddeln und genießen die Natur. Dank GRÖBI müssen sie auf die fruchtige Erfrischung nach ihrer Aktivität nicht verzichten. „Entspann' di – is eh a GRÖBI!“ lautet die willkommene Botschaft für alle, die aktiv durchs Leben gehen, auf sich und ihre Figur achten, aber auch auf nichts verzichten wollen.

Der neue Spot ist ab sofort auf reichweitenstarken Sendern wie ORF, RTL, Vox, Sixx und im Umfeld von TV-Highlights wie *Germany's Next Topmodel* auf ProSieben zu sehen. Das Motto „Genuss zum Gönnen können“ wird auch in allen weiteren Kommunikationsmaßnahmen transportiert. So wird der TV-Flight von einer breit angelegten Digitalkampagne und zahlreichen Social-Media-Aktivitäten flankiert, um jüngere Zielgruppen zu erreichen. Für den Sommer ist zusätzlich eine Out-of-Home-Kampagne in der Metropolregion Wien mit einer Reichweite von 22 Mio. Bruttokontakten geplant. Verkaufsförderungsmaßnahmen und Aktionen am Point of Sale setzen weitere Abverkaufsimpulse.

„Mit der Repositionierung der Marke schlagen wir das nächste Kapitel von GRÖBI auf“, sagt Volkmar Goebel, Leiter Marketing beim GRÖBI-Markeneigner DrinkStar in Rosenheim. „Das aus unserer bisherigen Kampagne bekannte Setting am See bleibt zwar erhalten. Aber wir verbinden GRÖBI jetzt mit einem frischen, modernen Lebensgefühl. Mit GRÖBI kann man sich eine kleine Pause von der permanenten Selbstoptimierung unserer Zeit gönnen. Dabei wird das

zentrale Produktversprechen von GRÖBI – superfruchtig und zuckerfrei – auf entspannte Art und Weise transportiert.“

Ziel des neuen Auftritts ist es, die Bekanntheit der Getränkemarkte weiter zu stärken, neue Verbraucherinnen und Verbraucher zu überzeugen und zugleich die Bindung treuer Fans an die Marke zu festigen.

Die neue Kampagne wurde in Zusammenarbeit mit der Agentur Taste, Offenbach, entwickelt. Den Werbefilm hat e+p films, München, produziert. Für die Postproduktion zeichnete Kaepth, Hamburg, verantwortlich. Regie führte Tom Schlagkamp.

Der Spot ist unter diesem [Link](#) verfügbar.

¹ Quelle: A.C. Nielsen, Non-Cola Light, Absatz 2023

Fotos: Copyright DrinkStar, Abdruck honorarfrei.

Weitere Informationen:

DrinkStar GmbH
Peter Blohorn
Äußere Oberaustr. 36/5
83026 Rosenheim
Deutschland
Tel. +49 8031 2434-21
peter.blohorn@drinkstar.de

Pressestelle:

Kerstin Richter-Östreicher
Telefon +49 172-8330933
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 7 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 2023 liegt GRÖBI voll im Trend der leichten Ernährung und ist unbestrittener Marktführer der zuckerfreien Fruchtlimonaden.*

* Quelle: A.C. Nielsen, Non-Cola Light, Absatz 2023

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.