

Pressemitteilung

01/2025

Rosenheim, im Februar 2025

„Kommt das Leben wichtig, nimm's fruchtig!“ FRUCADE erfrischt mit neuer Kampagne

„Kommt das Leben wichtig, nimm's fruchtig!“ Mit dieser Botschaft schlägt FRUCADE ein neues Kapitel in ihrer über 70-jährigen Markengeschichte auf. Das Herzstück der neuen Markenkampagne bilden unterschiedliche TV- und Hörfunkspots, die fruchtig-kultige Lebensfreude in den Alltag bringen.

Der Getränkespezialist DrinkStar startet Mitte Februar eine erfrischende, kultige Kampagne, die über 250 Millionen Bruttokontakte erreicht. FRUCADE, seit Generationen eine der beliebtesten Limomarken in Österreich, ist bekannt als fruchtig-kultiger Freudebringer im Alltag. Genau das bringt der neue Markenauftritt zum Ausdruck.

Das Leben läuft nicht immer nach Plan. Ob die Polizei zur Verkehrskontrolle bittet, die Freundin beim Zocken mit der VR-Brille die Wohnung zerstört oder gar Aliens zu Besuch kommen – in Österreich begegnet man den wichtigen Momenten des Lebens mit Gelassenheit, Schmäh und einer FRUCADE in der Hand. Genau auf diese Leichtigkeit setzt die kultige Limonadenmarke jetzt auch mit ihrem rundum überarbeiteten Markenauftritt.

Unter dem neuen Motto „Kommt das Leben wichtig, nimm's fruchtig!“ lädt FRUCADE nun dazu ein, das Leben locker zu nehmen und erfrischt zu bleiben. Dafür wurde die Markenkommunikation ganzheitlich überarbeitet: vom erfrischenden neuen Soundlogo, zum wichtig plakativen Design bis hin zur Umsetzung einer neuen Multisujetkampagne mit vielen verschiedenen Stories für unterschiedliche Zielgruppen.

Für diese „Geschichten“ konnte auch der österreichische Schauspieler, Drehbuchautor und Moderator Michael Ostrowski als Regisseur begeistert werden. Zusätzlich verleiht er allen TV- und Radio-Spots seine unverwechselbare Stimme.

Die neue, ganzjährige Kampagne startet ab KW8 in TV, Onlinekanälen und auf Social Media für die jüngere Zielgruppe. Nachgelagert sorgen Hörfunkspots und Straßenbahn-Brandings in Wien für zusätzlichen Kult und eine erfrischende Abwechslung.

Bei den Verantwortlichen des Markeneigners DrinkStar ist man zuversichtlich, dass die neue Kommunikation für zusätzliche Kaufimpulse sorgen wird und die Position von FRUCADE als Kultmarke in Österreich weiter festigt.

Zu den TV-Spots geht es hier:

Polizeikontrolle: <https://youtu.be/NOodZT1LNAY>

Karate: <https://youtu.be/OS76vtEFoYU>

Alien: <https://youtu.be/oemoOuN9g-Y>

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, 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 Deutschland für Einwegpackungen) und stellt dazu Konzentrate für die Abfüllung sowie die kompletten Marketing- und Werbekonzepte für die vielfach marktführenden Produkte zur Verfügung.