

Pressemitteilung

Rosenheim, 18. März 2025

Ideale Größe für kleine Haushalte: FRUCADE Original kommt in die 1,0L-Flasche

Von Mitte April an gibt es FRUCADE Original Orangenfruchtsaftlimonade in der 1,0L-PET-Flasche im österreichischen Handel. Das leichte Gebinde ergänzt das bestehende Sortiment und richtet sich vor allem an die kaufstarke Zielgruppe der Single- und 2-Personen-Haushalte. Nach Jahren kontinuierlichen Umsatzwachstums stellt FRUCADE damit die Weichen für zukünftige Erfolge. Die Marke bietet ab sofort für jeden Konsumanlass und jede Zielgruppe die passende Größe.

Wichtig-fruchtig startet FRUCADE in die neue Saison. Gerade erst ließ die kultige Limonadenmarke mit einem runderneuernten Markenauftritt aufmerken. Jetzt erweitert Markeneigner DrinkStar sein Portfolio und führt Mitte April den Top-Seller FRUCADE Original in der 1,0L-PET-Flasche ein.

In Österreich leben 69% der Gesamtbevölkerung in 1- bis 2-Personenhaushalten. Für diese Zielgruppe bietet FRUCADE mit dem neuen Gebinde PET 1,0L nun die ideale Größe. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die neue 1-Liter-Flasche ist leicht, wiederverschließbar und passt problemlos in jeden Kühlschrank. Wie die bewährte 1,5L-PET-Flasche für Familienhaushalte ist auch die neue Variante im praktischen Sechserpack erhältlich. Durch das im Vergleich zum großen Format um rund 33% reduzierte Gewicht ist der Transport bzw. die Bevorratung des neuen 1L-Sechsertragerls auch für urbane Kleinhaushalte deutlich einfacher.

Das erweiterte FRUCADE-Sortiment bietet nunmehr für alle Konsumentenbedürfnisse und Anlässe die passende Größe. Neben der neuen Variante stehen weiterhin die 1,5L-PET-Flasche für Familienhaushalte, die 0,5L-PET-Flasche für den Unterwegs-Konsum sowie die impulsstarke 0,33L-Dose für Spontankäufer zur Verfügung.

Wichtig-fruchtige Marken- und Produktkampagne

Der Launch des neuen Gebindes wird von einem umfassenden Maßnahmenpaket begleitet: Hörfunkspots, gesprochen vom österreichischen Schauspieler, Drehbuchautor und Moderator Michael Ostrowski, präsentieren die neue 1-Liter-Flasche auf humoristische Weise – ganz im Duktus der jüngst gelaunchten Markenkampagne. Hinzu kommen Online-Werbung und Social-Media-Aktivitäten inklusive Gewinnspielen.

Zudem sorgt auch die runderneuerte FRUCADE-Kampagne, die seit Mitte Februar vor allem in TV, online und in den sozialen Medien zu sehen ist, für erhöhte Marken-Aufmerksamkeit. Michael Ostrowski verleiht auch hier den Filmen und Hörfunkspots seine Stimme und

konnte zudem für die Regie begeistert werden. Unter dem neuen Motto „Kommt das Leben wuchtig, nimm’s fruchtig!“ lädt FRUCADE dazu ein, das Leben locker zu nehmen und erfrischt zu bleiben. Von April an sorgen neue Hörfunkspots, neue TV-Stories und Out-of-Home-Werbung für zusätzlichen Kult und eine erfrischende Abwechslung. Die über das Gesamtjahr angelegte Kampagne erreicht über 250 Millionen Bruttokontakte.

Kontinuierliches Wachstum

DrinkStar stellt damit einmal mehr die Weichen auf Wachstum. Der seit Jahren ungebrochene Erfolgskurs von FRUCADE wurde mit einem Umsatzplus von 6 Prozent auch 2024 fortgesetzt. FRUCADE festigt damit ihre Position als TOP-Limonadenmarke in Österreich.

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 Getränk klassiker zu Österreichs Limonaden-Kultmarke. Der Grund dafür ist das Original: die in Österreich hergestellte FRUCADE Orangenfruchtsaftlimonade mit der besonderen Fruchtigkeit und einem hohen Fruchtgehalt 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.