

Pressemitteilung

Rosenheim, 29. April 2025

GRÖBI Topseller kommt in die impulsstarke 0,5L Flasche

GRÖBI, Österreichs erfolgreichste zuckerfreie Fruchtlimonadenmarke¹, erweitert von Mai 2025 an ihr Sortiment um eine neue impulsstarke Variante: Der Topseller Orange-Maracuja kommt in die handliche 0,5L Flasche. Das neue Gebinde soll dazu beitragen, den Erfolgskurs von GRÖBI fortzusetzen.

Pünktlich zum Start in die neue Saison setzt GRÖBI frische Akzente im Handel: Die beliebte Sorte Orange-Maracuja gibt es von Mai an in der 0,5L PET-Flasche. Die fruchtig-exotische Geschmacks-kreation kombiniert mit der praktischen Gebindegröße machen das Produkt zum perfekten Durstlöcher für Konsumenten, die viel unterwegs sind und dabei auf Zucker, aber nicht auf vollen Fruchtgeschmack verzichten möchten. Wie alle anderen GRÖBI-Sorten zeichnet sich auch Orange-Maracuja durch Fruchtgehalt, Vitamine und die Abfüllung in Österreich mit heimischem Wasser aus.

Mit der Erweiterung des Kleingebinde-Sortiments reagiert DrinkStar, Markeneigner von GRÖBI, auf die unvermindert steigende Nachfrage nach Erfrischung „to go“. „Ob auf dem Weg ins Büro, nach dem Sport oder beim Einkaufsbummel – der Out-of-Home-Konsum von Erfrischungsgetränken ist aus unserer mobilen Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Vor allem jüngere Käuferschichten greifen gerne zum kleinen Format. Die Erfolgsstory unserer Kleingebinde zeigt dies eindrücklich“, sagt Volkmar Goebel, Leiter Marketing bei DrinkStar.

So verzeichnete der Absatz von GRÖBI in den impulsstarken 0,5L-Gebinden eine Steigerung um beachtliche 17,7%.¹ Alle bisher etablierten Sorten können von dem Absatzplus profitieren. Vom Launch der Bestseller-Sorte Orange-Maracuja in der kleinen PET-Flasche verspricht sich DrinkStar weitere On-Top-Umsätze und eine Fortsetzung des seit Jahren anhaltenden Wachstumskurses.

GRÖBI blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2024 zurück: Österreichs Pionier unter den zuckerfreien Limos konnte die Käuferreichweite um satte 19% erweitern.² Auch die Absatz- und Umsatzzahlen sprechen für sich: Der Absatz stieg um 9,4%, der Umsatz um 15,9%.¹ Damit festigt GRÖBI die Position als unangefochtener Marktführer im Segment der zuckerfreien Fruchtlimonaden.

Der Erfolg basiert auf vielen Bausteinen. So hält der Megatrend hin zu bewussterer, zuckerreduzierter Ernährung ungebrochen an. GRÖBI steht seit 1967 wie keine andere Limonadenmarke für

zuckerfreie Erfrischung. Der Marke gelingt es zunehmend, neben den treuen Fans auch neue und jüngere Zielgruppen zu begeistern.

Neuer Markenauftritt spiegelt modernen Lifestyle wider

Dazu trägt die neue Markenkampagne bei, die seit vorigem Jahr unter dem Motto „Entspann‘ di – is eh a GRÖBI“ unter anderem im TV und online zu sehen ist. Sie transportiert das Leistungsversprechen von GRÖBI – zuckerfrei und super fruchtiger Geschmack – auf moderne, entspannte Art und Weise. Ebenso wurde der Social-Media-Auftritt neu gestaltet und sorgt für Reichweite bei jüngeren Zielgruppen.

Um den Abverkauf von GRÖBI – Pionier und zugleich Marktführer unter den zuckerfreien Limonaden¹ – zu fördern, wird in 2025 ein umfassendes Kommunikationspaket geschnürt. Ganzjährig vermittelt die breit angelegte Bewegtbildkampagne (TV und Online-TV) die Botschaft „Zuckerfrei. Super fruchtiger Geschmack“. Zusätzlich sorgen Out-of-Home-Flights, Funkspots, Social-Media-Kampagnen und weitere flankierende Maßnahmen für insgesamt 190 Millionen Kontakte.

¹ Quelle: NielsenIQ AT, Non Cola KW 52 2024 vs Vj.

² Quelle: Consumer Panel Austria Total, FMCG-Markt

Fotos: Copyright DrinkStar, Abdruck honorarfrei.

Weitere Informationen:

DrinkStar GmbH
Peter Blohorn
Äußere Oberastr. 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 großen Vielfalt von 7 zuckerfreien 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 2025 liegt GRÖBI voll im Trend der leichten Ernährung und ist unbestrittener Marktführer der zuckerfreien Fruchtlimonaden.¹

¹ Quelle: NielsenIQ AT, Non Cola KW 52 2024 vs Vj.

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