



Pressemitteilung

2/2026

Rosenheim, im Oktober 2026

FRUCADE AUF WACHSTUMSKURS: „LIEBLINGSWIRT“-KAMPAGNE BEGEISTERT GÄSTE UND GASTRONOMIE

Erfolgreiche Social-Media-Aktivierung sorgt mit fünf Millionen Kontakte für viel Aufmerksamkeit in der österreichischen Gastronomie und krönt den Stanihof in Markersdorf zum FRUCADE Lieblingswirt 2026.

FRUCADE entwickelt sich besser als der Limonadenmarkt und setzt seinen aktuellen Erfolgskurs mit einem Absatzplus von 8,9% (NIQ; NonCola, LEH inkl. Disc, YTD KW37 2026 vs. VJ.) fort. Unterstützt wird das Wachstum durch eine ganzjährige Markenkommunikation über TV, Hörfunk und YouTube. Für zusätzliche Impulse sorgte von Mai bis September die Social-Media-Kampagne „FRUCADE Lieblingswirt 2026“.

Gäste aus ganz Österreich waren aufgerufen, ihr Lieblingsgasthaus oder Beisl zu nominieren, in dem FRUCADE ausgeschenkt wird. Nominierung, Online-Voting und Siegerehrung wurden aufmerksamkeitsstark über Social Media begleitet und von Schauspieler und Comedian Dennis Zinner humorvoll in Szene gesetzt.

Mit mehr als fünf Millionen Social-Media-Kontakten auf Instagram und TikTok sorgte die impulsstarke Kampagne für viel Aufsehen. Authentische Geschichten aus den teilnehmenden Betrieben machten den FRUCADE Markenkult digital erlebbar und stärkten die Verbindung zur heimischen Gastronomie.

Fünf Betriebe erreichten das Finale: Krah Krah und Monte Nucum in Wien, der Ripperlkeller in Purbach, der Steinerhof in Pressbaum sowie der Stanihof in Markersdorf. Die Kampagne bot allen Finalisten eine attraktive Bühne: Persönliche Voting-Videos erhöhten ihre Sichtbarkeit in den sozialen Medien und sorgten für zusätzliche Bekanntheit weit über die eigene Stammkundschaft hinaus.

Die Community kürte schließlich den Stanihof in Markersdorf mit seinen Besitzern Nicole und Peter Hruska zum ersten FRUCADE Lieblingswirt 2026. Der Gewinner erhielt neben dem offiziellen Titel und einer Urkunde ein umfangreiches FRUCADE Werbemittelpaket im Wert von 1.000 Euro von Dennis Zinner überreicht, das künftig für einen aufmerksamkeitsstarken Markenauftritt im Gastraum sorgt.

„Die große Beteiligung und die hohe Reichweite zeigen, wie stark FRUCADE in der österreichischen Gastronomie verwurzelt ist. Mit dem Lieblingswirt ist es uns gelungen, Gäste und Wirte zu aktivieren, authentische Geschichten sichtbar zu machen und den Kultstatus von FRUCADE weiter zu stärken“, sagt Christoph Schuhwerk, verantwortlicher Senior Product Manager bei DrinkStar.

Die Verbindung aus klassischer Reichweitenkommunikation und aktivierendem Social Media stärkt den Wachstumskurs von FRUCADE und unterstreicht die Position der Marke im österreichischen Limonadenmarkt.

Fotos: Copyright DrinkStar. Abdruck honorarfrei.

Weitere Informationen:

DrinkStar GmbH
Christoph Schuhwerk
Äußere Oberastr. 36/5
83026 Rosenheim
Deutschland
christoph.schuhwerk@drinkstar.de
Tel. +49 8031-2434-0

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%. Heute umfasst das Limonadensortiment 3 wuchtig-fruchtige Sorten in unterschiedlichsten Gebinden. 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. Alle Fruchtsaftlimonaden werden in Österreich von lokal verwurzelten Betrieben mit höchster Sorgfalt abgefüllt und im jeweiligen Vertriebsgebiet ausgeliefert. Dank lokaler Verwurzelung wird die regionale Wirtschaft unterstützt und dank Engagement in ansässigen Vereinen das sportliche und kulturelle Leben in den Gemeinden aktiv gestärkt.

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.