

Pressemitteilung

07/2020

Rosenheim, 27. Februar 2020

GRÖBI bleibt unangefochtene Nummer 1 der zuckerfreien Limonaden

GRÖBI ist in Top-Form: Die traditionsreiche Marke wächst 2019 erneut und behauptet sich einmal mehr als Nummer 1 der zuckerfreien Fruchtlimonaden. Mit massiver TV-Unterstützung und flankierenden Maßnahmen pusht Markeneigner DrinkStar weiterhin den Absatz.

Nach Jahren des kontinuierlichen Wachstums legt GRÖBI auch in 2019 weiter dynamisch zu und baut die Marktführerschaft im Light-Segment der Fruchtlimonaden aus.* Aber auch in der Betrachtung des Gesamtmarkts, also sowohl der zuckerhaltigen wie auch der Light-Varianten, zeigt sich die starke Entwicklung der Marke: GRÖBI zählt inzwischen zu den TOP 3 der meistverkauften Fruchtlimonaden Österreichs.**

Großen Anteil an der positiven Entwicklung hat zum einen das 0,75L-Gebinde von GRÖBI. Es bedient perfekt den Trend zum Unterwegskonsum, ob in der Freizeit, beim Sport oder im Büro. Zum anderen floriert der Absatz des klassischen GRÖBI 1,5L-Bevorratungsgebindes.

TV-Spots machen Lust auf Genuss ohne Reue

GRÖBI steht wie kaum eine andere Limonadenmarke für zuckerfreie Erfrischung. Zwei TV-Spots transportieren auf charmante Weise die Botschaft „Null Zucker, viele Vitamine, voller Fruchtgeschmack.“ Die Story der beiden Werbefilme spielt am Badensee, wo der Ehemann seiner attraktiven Frau auf ziemlich überraschende Art Komplimente macht. Unter dem bekannten Claim „GRÖBI. Alles was ich will.“ sind die Spots ganzjährig zu sehen. Rund 55 Mio. Kontakte sorgen für höchste Aufmerksamkeit und frische Kaufimpulse. Online- und Social-Media-Aktivitäten sowie Printanzeigen runden den kommunikativen Auftritt ab. Warensamplings und Kooperationen mit Ernährungsspezialisten machen GRÖBI auch neuen Verwendern schmackhaft.

„GRÖBI ist bereits über 50 Jahre alt und dabei modern wie nie. Unsere zuckerfreien Limonaden mit hohem Fruchtgehalt und wertvollen Vitaminen erfüllen selbst die höchsten Ansprüche ernährungs- und kalorienbewusster Verbraucher“, sagt DrinkStar-Geschäftsführer Roland Bittermann. „Dass GRÖBI die Position als Nummer 1 in ihrem Segment souverän festigen kann, liegt an der Konzentration auf die hohe Produktqualität und an den permanenten Investitionen in ein zeitgemäßes Markenerlebnis.“

Zukunftsorientiertes Handeln beweist man auch in punkto Nachhaltigkeit. Der Recyclinganteil bei den PET-Flaschen wurde deutlich erhöht und liegt derzeit bereits bei ca. 50%.

*Quelle: NLI, Non-Cola Light, LEH inkl. Hofer/Lidl, Absatz + Umsatz 2019 vs. VJ.

**Quelle: NLI, Non-Cola Gesamt, LEH inkl. Hofer/Lidl, Absatz + Umsatz 2019

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 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 sieben fruchtigen, kalorienarmen Limonaden im österreichischen Markt beweist GRÖBI seine Kompetenz. Dank der Pionierrolle und der hohen Qualität erreicht GRÖBI bei den Verbrauchern Höchstwerte in Punkto Bekanntheit und Vertrauen. Diese Erfolgsgeschichte dauert weiter an: Auch in 2019 lag GRÖBI voll im Trend der leichten Ernährung und bestätigte durch erneutes Wachstum seine Marktführerschaft als Nr. 1 der zuckerfreien Fruchtlimonaden.*

*Quelle: NLI, Non-Cola light, LEH inkl. Hofer/Lidl, Absatz bzw. Umsatz 2019

Über DrinkStar GmbH, das Unternehmen hinter GRÖBI:

Der Rosenheimer Getränkespezialist DrinkStar GmbH ist Tochter der Symrise AG, Holzminden, und agiert als eigenständige Handelsgesellschaft vorrangig in Zentral- und Osteuropa mit zwei sich ergänzenden Unternehmensschwerpunkten in der alkoholfreien Getränkeindustrie. Je nach Absatzmarkt vergibt DrinkStar entweder Lizenzen oder bietet einen eigenen Vertrieb für die Getränkemarken DEIT, FRUCADE, 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.

Mit PRINCESS AND THE PEA bietet DrinkStar erstmals ein Getränkesortiment als pflanzliche Milchalternative an und betritt ein neues Marktsegment.