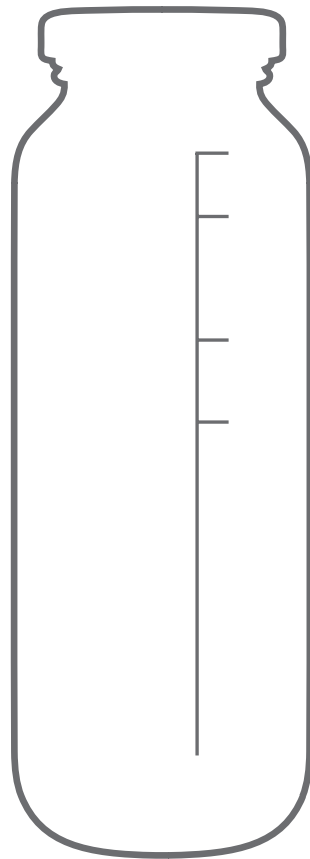


true fruits

true fruits

Marketing im Saftladen





I. SMOOTHIES und SHOTS

1. Was sind Smoothies?

Der Begriff „Smoothie“ geht aus dem englischen Wort „smooth“ hervor, was so viel bedeutet wie „geschmeidig“ und die Konsistenz der Smoothies charakterisiert. Smoothies kommen ursprünglich aus den USA, wo sie in den 60ern von Steve Kuhnau, Gründer des US-Marktführers Smoothie King, entwickelt wurden. Sie gehören zu den sogenannten Convenience Foods. Das sind Lebensmittel, die bestimmte Be- oder Verarbeitungsprozesse bereits durchlaufen haben und dadurch schneller zubereitet oder verzehrt werden können. Wer also keine Lust auf „Früchte-kaufen-nach-Hause-tragen-waschen-schälen-schnibbeln-mixen-sauber-machen-und-wieder-aufräumen“ hat, kann zum Smoothie greifen. Anders als bei herkömmlichen Fruchtsäften wird bei Smoothies die ganze Frucht bis auf Schale und Kern verarbeitet. So bleiben auch die guten, an die Zellstruktur gebundenen sekundären Pflanzenstoffe erhalten, die bei Fruchtsäften oftmals herausgefiltert werden. Den Hauptbestandteil der Smoothies bilden zumindest 50 Prozent pürierte Früchte. Ein Green

Smoothie enthält im Gegensatz zum reinen „Frucht-Smoothie“ zusätzlich auch fein püriertes Grünzeug. Bei dem true fruits green smoothie sind das Grünkohl & Spinat. Zur besseren Trinkbarkeit wird noch Direktsaft zugesetzt.



2. Was sind Shots?

Mit den Shots am Abend hat ein true fruits shot nichts zu tun. Im Gegenteil: unsere Shots trinken die meisten am Morgen, um in den Tag zu starten. Das liegt an der ordentlichen Portion Ingwer, die die Shots ausmachen und die das Immunsystem stärken soll. Aber eine Gemeinsamkeit haben unsere Shots doch mit denen am Abend: Sie sind klein und meistens ext man sie schnell weg.



3. Vertriebswege: Wo bekommt man Smoothies und Shots?

Innerhalb des Smoothie-Marktes haben sich mehrere Segmente gebildet:

- Discount Smoothies
- Handelsmarken
- Markensmoothies

Diese Produkte werden überwiegend in folgenden Kanälen vertrieben:

- Lebensmitteleinzelhandel
- Impulsmarkt
- Gastronomie

II. true fruits

1. Geschichte

Bacon, Pie und Burger: Inga Koster und Marco Knauf absolvierten ihr Auslandssemester in Schottland und lernten dort die Vorzüge der schottischen Küche kennen. Nach einiger Zeit überwog dann doch der Wunsch, etwas Gesundes zu sich zu nehmen. Und dabei stießen sie bald auf Smoothies, die es dort schon in jedem Supermarkt gab. Die beiden erkannten schnell das Potential der pürierten Früchte. Doch 2005, als Marco und Inga nach Deutschland zurückkehrten, gab es Smoothies hier noch nicht. Also holten sich die beiden damaligen Studenten noch ihren Kommilitonen Nicolas Lecloux ins Boot und ergriffen die einmalige Chance als erstes Unternehmen Smoothies auf den deutschen Markt einzuführen. Im Rahmen eines interdisziplinären Forschungsprojektes, das sie zusammen mit der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg starteten, begannen die drei Studenten mit der Herstellung und Entwicklung der Smoothies im Labor. Parallel nahmen sie an dem NUK Businessplanwettbewerb teil, der von McKinsey und den regionalen Spar-

kassen ausgeschrieben wird. In allen Runden des Wettbewerbs konnte true fruits überzeugen und gewann schließlich den 2. Platz des Innovationswettbewerbes. Die dadurch erzeugte regionale Presse machte die zukünftigen Investoren auf das Gründerteam aufmerksam, sodass letztlich am 26.06.2006 die true fruits GmbH gegründet werden konnte. Im November 2006 brachte true fruits die ersten vier Smoothie-Sorten auf den deutschen Markt und war damit nun der erste Smoothie-Anbieter deutschlandweit. Mit einer anfänglichen Produktionsmenge von 10.000 Smoothies im Monat, macht true fruits mittlerweile einen Jahresumsatz von 70 Millionen Euro (2023) und ist seit Anfang 2015 Marktführer. Heute beschäftigt die junge Bonner Firma 40 Mitarbeiter und ist im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie neben Deutschland auch in Österreich, der Schweiz, Spanien und Frankreich vertreten. Zum jetzigen Zeitpunkt bietet true fruits sieben verschiedene Smoothies (in zwei unterschiedlichen Größen – 250 ml und sechs davon in 750 ml) sowie drei Ingwer Shots und einen Vitamin B shot (je 99 ml) an.

Unsere Produkte



true fruits smoothie yellow, 250 ml

FRUCHTFETISCH, Mangogeil oder nur scharf auf 'ne schöne Pulle? Eigentlich ist es uns ziemlich Latte, warum Du diesen Smoothie gekauft hast. Hauptsache Du schließt die Augen beim Trinken und stöhnst danach verführerisch.

- 3/4 gepresste Orange
- 3/4 gepresster Apfel
- 3/5 pürierte Banane
- 1/3 pürierte Mango
- 1 2/3 pürierte Maracujas



true fruits smoothie purple, 250 ml

In unserem Smoothie purple steckt die volle Ladung Beerenpower. Das macht ihn ein bisschen sauer, aber lustig.

- 1 1/3 gepresste Äpfel
- 1/2 pürierte Banane
- 47 pürierte Schwarze Johannisbeeren
- 21 pürierte Heidelbeeren
- 1/5 gepresste Orange
- 7 pürierte Himbeeren
- 18 pürierte Rote Johannisbeeren



true fruits smoothie orange, 250 ml

Die neue Hautattraktion im Kühlregal: Unser Smoothie orange mit pürierter Orangenhaut. Das neue Rezept aus Orangenhaut, Acerola, Goji, Mango, Birne & Apfel macht ihn fruchtig frisch & #endlichlecker.

- 1 1/2 gepresste Äpfel
- 3/5 pürierte Mango
- 2/5 pürierte Birne
- 4 pürierte Acerolakirschen
- 6 gepresste Goji-Beeren
- 1 Teelöffel pürierte Orangenschale



true fruits smoothie pink, 250 ml

Unser Smoothie pink fällt allein wegen der intensiven Farbe auf, die er der Pinken Drachenfrucht zu verdanken hat. In Fachkreisen wird unser Smoothie pink auch liebevoll #Einhornkotze genannt.

- 1 1/2 gepresste Äpfel
- 2/3 pürierte Banane
- 1/6 pürierte Pinke Drachenfrucht
- 1/20 pürierte Guanabana
- 1/10 pürierte Guave



true fruits green smoothie, 250 ml

Grünkohl kennt man zwar eher vom Urlaub an der Nordsee in Kombination mit heißen Kartoffeln und geräucherter Wurst, aber Grünkohl schmeckt auch ohne Mett.

- 1 2/3 gepresste Äpfel
- 2/3 pürierte Banane
- 7 pürierte Blätter Spinat
- 2/5 pürierte Birne
- 1 püriertes Blatt Grünkohl
- 1 pürierte Scheibe Ingwer
- 1 Messerspitze Matcha



true fruits smoothie mint, 250 ml

Das Universalmittel des Alltags: Minze! Flauer Magen? Gieß Pfefferminztee auf! Mundgulli vorm Date? Pfefferminzkaugummi zwischen die Beißerchen! Es fehlt noch was Grünes auf dem Dessert? Minzblättchen oben drauf! Nach Zwiebel riechende Finger? Zerreib Minze zwischen den Fingern! Dieses Multitalent steckt auch in unserem Smoothie mint. Und was kann sie da? Gut schmecken zusammen mit Ananas, Cashew-Apfel und mehr. Nicht mehr, aber auch nicht weniger!

- 1/5 gepresste Ananas
- 3/4 gepresster Apfel
- 3/4 gepresste Orange
- 2/5 pürierte Banane
- 1/3 pürierter Cashew-Apfel
- 2/5 gepresste Limette
- 1/2 Teelöffel Spirulina
- 2 gehackte Minzblätter
- 1 Spritzer Kurkumaextrakt



true fruits smoothie violet, 250 ml

KiBa war gestern – heute gibt's BeBa. Oder wie andere es in Werbungen umschreiben würden: Beere küsst Banane. Aber weil wir auf so ein Marketinggelaber einen F*** geben, heißt unser Smoothie mit lila Süßkartoffel, Vanille und Guave schlicht und einfach Smoothie violet.

- 1 3/5 gepresste Äpfel
- 3/5 pürierte Banane
- 1/3 gepresste Birne
- 29 pürierte Rote Johannisbeeren
- 1/6 pürierte Guave
- 1/10 gepresste Zitrone
- 1 Teelöffel Spirulina
- 1 Spritzer lila Süßkartoffelextrakt
- 1 Messerspitze Vanille



true fruits smoothie triple, 750 ml (yellow, purple, orange, pink, violet & green)

Die dreifache Ladung Smoothie-Genuss: Die beliebten Sorten true fruits yellow, purple, orange, pink, violet und green Smoothie gibt es auch in der 750 ml Flasche.





true fruits ingwer shot yellow, 99 ml

Unser Ingwer Shot ist mit seinen 99 ml echt ziemlich süß, und trotzdem stark im Geschmack. Seine Größe sollte man nicht unterschätzen, denn mit seiner milden Ingwer-Note und dem Geschmack von Agavendicksaft und Acerola brennt er Dir zwar nicht direkt die Nasenhaare weg, liefert Dir aber einen richtigen Energie-Schub und das ganz ohne Konzentrate, Farbstoffe, Zuckerzusätze, Stabilisatoren oder anderem unnatürlichem Quatsch.

- 1/2 gepresster Apfel
- 1 Stück gepresster Ingwer
- 4 pürierte Acerola-Kirschen
- 1/3 gepresste Limette
- 1 Spritzer Agavendicksaft



true fruits ingwer shot red, 99 ml

Unser Ingwer Shot red ist beerenstark, ohne dass es Dich direkt ausknockt. Denn unser Powerduo Johannisbeere und Himbeere verleihen ihm eine fruchtig, leichte Note. Limette sorgt für den Frische-Kick und der Agavendicksaft federt die Wucht des geballten Ingwers gekonnt ab. Okay okay, genug Boxkampf-Metaphern, was wir sagen wollen: Sein Geschmack haut Dich um.

- 1/2 gepresster Apfel
- 1 Stück Ingwer
- 4 pürierte Acerolakirschen
- 10 pürierte schwarze Johannisbeeren
- 2 1/2 pürierte Himbeeren
- 1 Teelöffel Agavendicksaft
- 1/20 gepresster Granatapfel
- 1/6 gepresste Limette
- 4 pürierte rote Johannisbeeren
- 1 Stück gepresste schwarze Karotte



true fruits ingwer shot mint, 99 ml

Beim Essen gibt es zwei Arten von Menschen: Typ 1 ist zu faul, um seinem Gericht noch etwas Grünes zu verpassen, Typ 2 rennt schnell nochmal zum Hochbeet, um sich ein frisches Minzblatt für das gewisse Etwas zu pflücken. Um auch Menschen von Typ 2 glücklich zu machen, gibt es unseren neusten Ingwer Shot jetzt mit pürierten Minzblättern. Unser Ingwer Shot mint besticht aber nicht nur durch sein knalliges mintgrün, sondern auch durch seinen Geschmack. Zitrone, Guave und Minze mischen sich unter den Ingwergeschmack und verleihen dem Ganzen die extra Note.

- 1/2 gepresster Apfel
- 1 Stück gepresster Ingwer
- 1/6 pürierte Guave
- 4 pürierte Acerolakirschen
- 1/8 gepresste Zitrone
- 1 Teelöffel Agavendicksaft
- 1 püriertes Minzblatt
- 1 Spritzer Spirulinaextrakt
- ein paar Tropfen Kurkumaextrakt



true fruits vitamin B shot, 99 ml

Du gibst Deinem Körper natürlich immer nur das Beste! Okay, Alkohol und die ein oder andere Kippe muss Dein Körper schon noch am Wochenende wegstecken. Als Entschuldigung dafür schluckst Du am nächsten Tag einfach ein paar Vitaminpillen. Blöd nur, wenn Dein Pappmaul Dir das Schlucken erschwert. In dem Fall empfehlen wir Dir einfach weiterzutrinken – und zwar diesen pinken Shot. Der geht nicht nur runter, ohne dass Du den Mund verziehen musst, sondern ist auch noch eine richtige Vitaminbombe. Mit seinem süßsauerlichen Abgang kommst Du nicht nur auf einen anderen Geschmack, sondern tankst auch noch 75 % Deiner täglichen Dosis an B-Vitaminen. #schluckdas

- Kokoswasser einer 1/30 Kokosnuss
- 1/3 gepresste Zitrone
- 1/14 pürierte pinke Drachenfrucht
- 4/5 gepresste Limette
- 1/8 gepresster Apfel
- 1/8 pürierte Banane
- 1 Teelöffel Agavendicksaft
- 1/2 Tropfen Zitronenöl
- 1/2 Tropfen Limettenöl
- + Vitamin C, B-Vitamine, Magnesium





2. true fruits Produkte

true fruits macht seine Produkte ohne Schnick-Schnack. Das heißt: In die Flaschen kommt kein unnatürlicher Quatsch wie Konzentrate, Zusatzstoffe oder Zuckerzusätze. Denn true fruits smoothies bestehen aus 100% natürlichen Zutaten. Bei den Smoothies bilden pürierte Früchte (über 50 %) den Hauptbestandteil. Zur besseren Trinkbarkeit wird noch Direktsaft von Apfel und/oder Orange zugesetzt. true fruits hat aktuell sieben Smoothie-Sorten und drei Ingwer Shots und einen Vitamin B Shot auf dem Markt. Neben sechs Frucht-Smoothies bietet das Unternehmen seit 2014 auch einen green Smoothie an. Dieser enthält im Gegensatz zum reinen „Frucht-Smoothie“ zusätzlich auch fein püriertes Grünzeug. In unserem Fall Grünkohl & Spinat. Der in den Blättern enthaltene Mix aus Vitaminen, Mineralstoffen, entgiftenden Enzymen und Ballaststoffen, macht den green Smoothie zu einem echten grünen Powertrank. Neben den Smoothies bietet true fruits auch drei verschiedene Ingwer Shots und einen Vitamin B Shot an. Alle Produkte werden bei der Streker Natursaft GmbH in Baden-Württemberg in Glasflaschen abgefüllt und sind zudem vegan. Um einen optischen Unterschied zu den Frucht-smoothies zu schaffen und weil die Farbe des green Smoothies nicht so bunt und schrill ist, hat sich true fruits hier für Grünglas entschieden. Erhältlich sind die Produkte von true fruits in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Spanien und Frankreich.

3. Zielgruppe: Wen spricht true fruits an?

true fruits möchte keine spezielle Zielgruppe ansprechen, sondern für alle zugänglich sein. Es hat sich jedoch herausgestellt, dass true fruits smoothies vor allem qualitätsbewusste, lifestyleorientierte Menschen ansprechen, die auch bereit sind, für ein Qualitäts- bzw. Markenprodukt tiefer in die Tasche zu greifen. Gesundheit sowie Nachhaltigkeit sind der life-styleorientierten Zielgruppe zwar wichtig, spielen aber keine übergeordnete Rolle. Neben der Qualitätsorientierung achtet die Zielgruppe auch auf das Design, Optik und Haptik des Produktes.



4. Wo bekommt man true fruits Produkte?

true fruits smoothies und die Shots werden vorwiegend über den Lebensmitteleinzelhandel vertrieben. Die Smoothies sind in allen großen Supermarktketten erhältlich. Neben dem Lebensmitteleinzelhandel erfolgt die Distribution überwiegend im Convenience Markt und in der Gastronomie, darunter Restaurants „InBars“ und Diskotheken.

5. Produktphilosophie von true fruits

Die Philosophie „true fruits – no tricks“ ist der Leitsatz für alle Aktivitäten von true fruits. Diesem Leitsatz folgt auch das minimalistische Produktdesign und die offene, direkte Kommunikation von true fruits. Das gesamte Unternehmenskonzept ist darauf ausgelegt, true fruits als Premiumprodukt zu positionieren. Sowohl die qualitativ hochwertige Auswahl der Rohstoffe, als auch das gesamte Produkt- und Corporate Design, rechtfertigt einen Preis innerhalb des Premiumsegments. So sind beispielsweise exklusive und auf dem heimischen Markt eher selten erhältliche Früchte, wie Acerola, pinke Drachenfurcht, Cupuaçu und die Goji Beere, Bestandteil der true fruits Produktrange.

1. Der Qualitätsanspruch ...

... ist hoch, deshalb bestehen unsere Produkte nur aus den leckersten Früchten und dem besten Grünzeug. Die verwendeten Früchte reifen bis zum Schluss am Baum und werden nicht wie branchenüblich halbreif geerntet in Überseeschiffen transportiert. Nach der Ernte werden die Früchte püriert und dann aseptisch verpackt oder schockgefroren, damit alle Vitamine und Nährstoffe erhalten bleiben.

2. Schonende Verarbeitung

Im Rahmen der eigens entwickelten Flash-Pasteurisation werden die Smoothies und Shots kurz und schonend erwärmt. Diese schonende Verarbeitung wurde bereits mehrfach ausgezeichnet. Unter anderem auch mit dem Bundesehrenpreis für Fruchtgetränke, der vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz vergeben wird und die Qualitätselite in Deutschland auszeichnet.

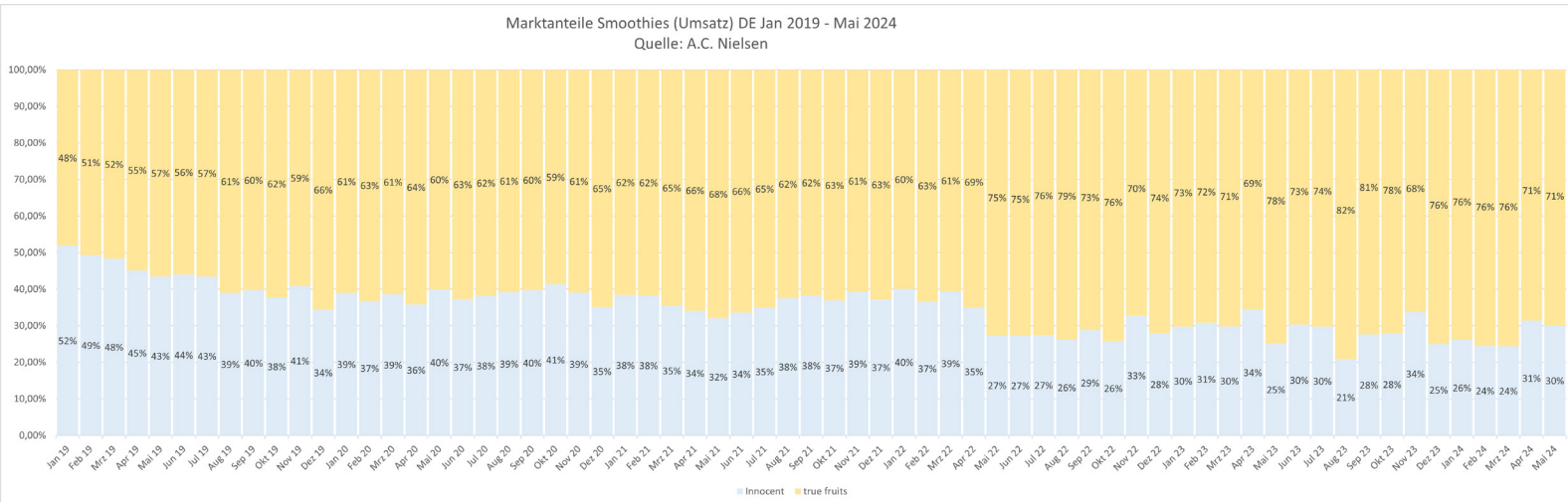
3. Verpackung

Bei true fruits hört der Qualitätsgedanke nicht beim Inhalt auf, sondern schließt die Verpackung mit ein. Deshalb füllt true fruits alle Produkte in das für sie qualitativ beste Verpackungsmaterial: nämlich Glas. Denn Glas ist wie ein Tresor, absolut dicht, sicher und geschmacksneutral. Außerdem bewahrt es Stabilität und Farbe des Produktes und ist schlicht und einfach schön.

6. Der Smoothie-Markt: Entwicklung der letzten Jahre.

Seit Einführung der Smoothies in Deutschland 2006 hat sich das Liquid-Fruit Segment stark entwickelt. Nach einem anfänglichen Boom und einer hohen Wachstumsrate, musste der Smoothie-Markt (wie viele andere Branchen auch) einen Wachstumsrückgang verzeichnen. Der gesamte Marktumsatz sank 2009 um knapp 30%. Dies ist zum einen durch die wirtschaftliche Situation begründet, hat aber auch marktspezifische Gründe. Seit Einführung der Smoothies durch true fruits sind viele Anbieter mit teilweise ähnlichen Smoothie-Konzepten auf den Markt gekommen, so dass 2009 die zu erwartende Marktberreinigung stattgefunden hat. Seit 2009 hat sich der Markt wieder stabilisiert. Im Jahr 2015 hatte das Aufkommen von green Smoothies einen entscheidenden Einfluss auf die Verdopplung des deutschen Smoothie-Marktes - der explodierte nämlich von 12 Mio. Euro (2014) auf 30 Mio. Euro (2015). Seit 2015 ist true fruits Marktführer im Bereich gekühlte Frucht. Auch in den Jahren 2017 und 2018 legte der Markt weiterhin zu. Im Jahr 2021 lag der Jahresumsatz von true fruits bei 55 Millionen Euro. Letztes Jahr (2023) erzielte true fruits einen Jahresumsatz von 70 Mio. Euro.

Entwicklung der Marktanteile Januar 2019 – Mai 2024 der Markensmoothies true fruits und innocent im LEH in % Quelle: AC Nielsen



Limited editions

Ein fester Bestandteil des true fruits Konzepts sind die Sondereditionen.

- Limited edition no. 1 (Juni 2010): Die düstere Burlesque
- Limited edition no. 2 (März 2011): Die Strenesse Flasche
- Limited edition no. 3 (Dezember 2012): Die Wimmel Flasche
- Limited edition no. 4 (Mai 2013): Die by Mago Dovjenko edition
- Limited edition no. 5 (Dezember 2013): Der Messbecher
- Limited edition no. 6 (März 2015): Die black edition
- Limited edition no. 7 (September 2015): Kurkumasutra
- Limited edition no. 8 (Juni 2016): Die birthday edition
- Limited edition no. 9 (April 2017): Die camouflagen edition
- Limited edition no. 10 (Dezember 2017): Die good life edition
- Limited edition no. 11 (Februar 2018): Die maracuja gold edition
- Limited edition no. 12 (September 2018): Collab Collapse
- Limited edition no. 13 (August 2019): Sun-Creamie
- Limited edition no. 14 (Januar 2020): Früh Kölsch
- Limited edition no. 15 (Juni 2020): Abi 2020?
- Limited edition no. 16 (Dezember 2020) Reisespass
- Limited edition no. 17 (Mai 2021) Eigenlob stinkt
- Limited edition no. 18 (August 2021) Homeschooling
- Limited edition no. 19 (Juli 2021) SIDDETE HAYIR
- Limited edition no. 20 (Oktober 2022) Cancel Culture
- Limited edition no. 21 (Juni 2023) Flaschback
- Limited edition no. 22 (Dezember 2023) Tisch-Tanne
- Limited edition no. 23 (Mai 2024) Crew Love

Zudem gab es in regelmäßigen Abständen Online limited editions, die es – wie der Name schon sagt – für begrenzte Zeit nur im Online Shop erhältlich waren.

- Juni 2016: birthday edition mit goldenem Permanent-Verschluss
- Juli 2016: Triple Spardose „Live large, retire rich“
- Januar 2017: Zum Valentinstag „Ich liebe Dich“
- März 2017: Upgrade limited edition no. 9 camouflagen mit schwarzem Permanent-Verschluss
- April 2017: Zum Mutter- und Vatertag „Danke Mama“ & „Danke, Papa“
- Dezember 2017: „2018 – good life“ & „Ich liebe mich“
- Januar 2018: Zum Valentinstag „My favorite fuck Boy“
- März 2018: limited edition no. 11 „maracuja red“
- April 2018: Zum Mutter- und Vatertag „tacheles“ & „let’s talk about“
- Dezember 2018: Apfelstrudel 750 ml
- Februar 2019: Zum Valentinstag: Gummipuppen Edition
- April 2019: Super-Limited-Doppelpack-Edition Lemon Cheesecake
- Oktober 2019: Pumpkin Spice Smoothie 750 ml
- November 2019: Edel & Stahl 250 ml
- Dezember 2019: Glühwein 750 ml
- Januar 2020: Zum Valentinstag: Friends 750 ml
- Februar 2020: Früh Kölsch 750 ml
- April 2020: Rabenmutter 750 ml
- Mai 2020: Rhabarber Vanille 750 ml
- Juli 2020: Pina Colada 250 ml
- September 2020: Hopfensmoothie 250 ml
- Dezember 2020: Magnum no. 1 „Ganz große Scheiße“
- April 2021: Kirschblüten Smoothie 750 ml
- Mai 2021: Zum Valentinstag: Und was schenkst Du mir? 750 ml
- Juni 2021: Magnum no. 2 zum Geburtstag: All I wanted was everything

Limited editions

Shots limiteds

- no. 1 – true fruits x Kinder Em-eukal (03/2021)
- no. 2 – true fruits x Center Shock (09/2021)
- no. 3 – true fruits x Löwensenf (11/2021)
- no. 4 – Goldener Shot (03/2022)
- no. 5 – true fruits x Ahoj Brause (07/2022)
- no. 6 – true fruits x Fisherman's Friend (09/2022)
- no. 1.2 – true fruits x Kinder Em-eukal 1.2 (02/2023)
- no. 7 – true fruits x TABASCO® Sauce (07/2023)
- no. 8 – true fruits x hitschies (03/2024)

true fruits bringt auch immer wieder extreme limited editions raus. Wie viele es jeweils davon gibt oder wo sie erworben werden können, wird dabei nicht kommuniziert.

Ich bin hässlich (Offline Marketing)

Im Sommer 2014 wurde eine weitere Marketingaktion umgesetzt, die auf Farbe des damaligen Smoothie green (Ananas, Minze + Caju) zielte. Der Minze-Hersteller lieferte von heute auf morgen plötzlich eine andere Minze-Sorte. Diese unterschied sich zwar geschmacklich nicht von der ursprünglichen Sorte, hatte jedoch eine andere Farbe. Statt leuchtend grün, sah der Smoothie nun aus wie Erbsensuppe. Um die Situation zu erklären und dem sinkenden Absatz vorzubeugen, entschloss sich true fruits kurzerhand dem Smoothie eine Tüte über den Kopf zu ziehen. „Ich bin zurzeit hässlich. Muss ich mir deshalb eine Tüte über den Kopf ziehen?“ Auf der Rückseite wurde die Situation noch einmal erklärt: „Die Sache ist die: ich habe eine andere Minze als sonst! Die bisherige war einfach alle und die neue ist nicht mehr so richtig grün. Meine Freunde sagen ich sehe aus wie Suppe. Echt doof. Aber ich schmecke lecker minzig wie immer! ‚Schwör! Schüttel mich, bevor du mir unter die Tüte schaust, sonst schäm ich mich.‘“ Die Aktion kam super an und stieß auf viel positive Resonanz. Doch trotz dem Marketing-Erfolg und einigen „Mitleids-einkäufen“, wurde der green Smoothie Ende September 2014 eingestellt.



true fruits startet erste deutschlandweite Plakatkampagne (Offline Marketing)



Pünktlich zur Einführung der neuen Säfte mit Chiasamen, hat true fruits eine deutschlandweite Plakatkampagne gestartet. Das Besondere daran: Bisher hat das Unternehmen seine Marketingaktionen auf das Social Web beschränkt und ganz auf klassische Werbekampagnen verzichtet. Aber warum jetzt doch eine Plakatkampagne? Ganz einfach: Zu den neuen Samensäften sind den Textern eine Menge doppeldeutige Witze eingefallen und true fruits dachte, diese Sprüche haben es verdient, auf die Straße zu kommen. Herausgekommen sind dabei diese Wordings:

- Oralverzehr – Schneller kommst Du nicht zum Samengenuss.
- Bei Samenstau gut schütteln.
- 2 Samenspender aus gutem Hause.
- Besamt & befruchtet.

Ja, zugegeben, manch einer mag die Sprüche als anstößig oder gar kindisch empfinden. Aber true fruits fand die Sprüche so lustig, dass sie zum ersten Mal Geld für eine Plakatkampagne in die Hand nehmen wollten. Gesagt, getan: Ende August ging es los und true fruits brachte die Wordings auf Plakate. Deutschlandweit waren für eine Woche hochfrequentierte Plätze in 12 Großstädten mit den Plakaten bestückt.

Doch vor Kampagnenstart gab es bereits Widerstand: Die Deutsche Bahn sowie die Städte München und Stuttgart genehmigten lediglich das Wording „Besamt & befruchtet“. Während true fruits nicht auf die Deutsche Bahn und München verzichten wollte, zogen sie sich aus Stuttgart zurück und holten dafür die Städte Nürnberg, Leipzig und Hannover an Bord. Die Städte Hamburg, Dresden, Bremen, Berlin, München, Frankfurt, Nürnberg, Leipzig, Hannover, Köln, Bonn, Düsseldorf und Dortmund wurden mit 3000 Großflächen-Plakaten und 900 Mega-Lights bestückt. Insgesamt wurden mit der Plakatierung 50 Mio. Menschen erreicht.

Für München hatte sich true fruits zwei ganz besondere Aktionen überlegt:

1. Auf zwei privaten Flächen wurde das Oralverzehr-Motiv auf Riesenpostern (99qm² Fläche in der Briener Straße und 120qm² in der Leopoldstraße) abgebildet. Grund dafür: Hier galt das Plakatierungsverbot nicht.
2. Auf 269 Plakaten, bei denen ein schwarzer Balken das Oralverzehr-Motiv verdeckt, teilte true fruits den Münchnern mit, dass sie wegen anstößigen und geschmacklosen Äußerungen dazu verpflichtet wurden, die Plakate zu zensieren. So kam auch München in den Samengenuss – denn Humor lässt true fruits sich nicht verbieten.

Die Kampagne wurde nicht nur parallel im Social Web angetrieben, sondern auch durch aktive PR-Arbeit unterstützt, denn true fruits hat die Zensur der Plakate zum öffentlichen Thema gemacht. Mit Erfolg: Neben regionalen Zeitungen (z.B. Bonner General-Anzeiger & Abendzeitung München) und Boulevard-Presse (z.B. Bild & Express), haben auch überregionale Tageszeitungen (z. B. FAZ & Handelsblatt) über die Kampagne und die unkonventionelle Kommunikation von true fruits geschrieben; sowohl print als auch online. Hinzu kamen diverse TV-Beiträge (z. B. RTL-West & Taff) und Radiobeiträge (z.B. Radio Bonn Rhein/Sieg & BigFm). Dadurch wurden insgesamt knapp 200 Mio. Kontakte erreicht. Gegen Ende der Kampagne schaltete sich auch der Deutsche Werberat wegen eingehenden Beschwerden über die Wordings ein. Doch der Verband hat sich trotz der Beschwerden dazu entschieden, true fruits nicht öffentlich zu rügen. Zu Recht, wie true fruits findet, denn mit Humor verstößt man bekanntlich nicht gegen Verhaltensregeln.

Plakatkampagne in Österreich

Nachdem die true fruits Produkte seit Beginn 2017 auch in Österreich erhältlich sind, entschied sich das Unternehmen im August des selben Jahres für eine Plakatkampagne bei den österreichischen Nachbarn. Die Smoothie-Flaschen wurden mit folgenden Slogans beworben:

Eure Heimat braucht uns jetzt.



true fruits smoothies #jetztösterreichs
f@true-fruits.com

Bei uns kannst Du kein Braun wählen!



true fruits smoothies #jetztösterreichs
f@true-fruits.com

Noch mehr Flaschen aus dem Ausland.



true fruits smoothies #jetztösterreichs
f@true-fruits.com

Schafft es selten über die Grenze.



true fruits smoothies #jetztösterreichs
f@true-fruits.com

- Noch mehr Flaschen aus dem Ausland
- Bei uns kannst Du kein Braun wählen
- Eure Heimat braucht uns jetzt
- Schafft es selten über die Grenze

Der letzte hier aufgelistete Slogan wurde mit dem Smoothie white in der black edition abgebildet. Die Kampagne wurde in Medien und Fachzeitschriften kontrovers diskutiert, da sie in der aktuellen Flüchtlingspolitik als politisches Statement des Unternehmens verstanden wurde. true fruits stand zu den Plakatmotiven und machte deutlich, dass es zur Unternehmensphilosophie gehöre, mit der eigenen Meinung nicht hinterm Berg zu halten und sich öffentlich gegen Fremdenfeindlichkeit zu äußern.

Die Kampagne lief von Mitte bis Ende August 2017 auf insgesamt 1580 Flächen in Österreich, davon allein 584 in Wien. Neben Wien hingen die Plakate auch in den Regionen rund um Burgenland, Kärnten, Nieder- sowie Oberösterreich, Salzburg, der Steiermark, Tirol und Vorarlberg. Insgesamt konnten so 75 Mio. Kontakte erreicht werden.

Eure Heimat braucht uns jetzt.

true fruits smoothies #jetztösterreichs
[f](#) [@](#) <#> [true-fruits.com](#)



Smoothie	Ingredient	Percentage
smoothie white	vanille	0,1%
	cupuaçu	11%
	banane	34,9%
	apfel	54%
smoothie purple	granatapfel	5%
	brombeere	6%
	himbeere	6%
	heidelbeere	7%
	johannisbeere	10%
	orange	14%
	banane	18%
apfel	34%	
smoothie yellow	maracuja	13%
	mango	18%
	banane	20%
	apfel	24%
	orange	25%

Anti-Plastikkampagne

Seit der Gründung im Jahre 2006 setzt true fruits auf Glas als Verpackungsmaterial. Zu Gründungszeiten war true fruits der erste Anbieter in Deutschland, der Smoothies in Glasflaschen auf dem Markt brachte.

Bei der Anti-Plastikkampagne im April 2019 thematisierten wir das aktuelle Thema „Plastikverschmutzung“. true fruits nutzte das Mittel der Satire, um für die ganze Kampagne noch mehr Aufmerksamkeit zu bekommen und spielte mit der Headline „Sag ja zu Plastik – Glas kann kaputt gehen. Plastik bleibt für im Meer und ewig“. Erst auf den zweiten Blick wurde die satirische Absicht des Motives deutlich. Mit dem Hinweis „Mit freundlicher Unterstützung von true fruits“ wurde klar, dass es sich um eine Kampagne gegen Plastik handelte. Ein auf unsere Flasche gerichteter Pfeil mit dem Vermerk „Glas“ verdeutlichte das Ganze noch einmal. Zudem wurde die Aktion auch mit einem weiteren Motiv aufgeklärt: Ein Bild einer true fruits Glasflasche mit der Headline, „Glasklare Entscheidung“.

Die Plakatkampagne wurde zudem auf den Social Media Kanälen begleitet und es wurde aktiv PR-Arbeit betrieben – immer mit einem Ziel: Sich gegen Plastik stark zu machen.



Insgesamt wurde die Kampagne in sechs Städten gespielt. In Berlin, Wien, Hamburg, Köln und München hingen insgesamt 9 XXL Plakate und zusätzlich wurden noch 116 weitere Flächen bestückt. Insgesamt konnten so 28 Mio. Kontakte erreicht werden.

Anti-Plastikkampagne

Mit Sitz in Beuel-Bonn ist für true fruits die Liebe zum Rheinland, Fasteloovend und Kölsch groß. Aus diesem Grund entschied sich das Unternehmen zur Karnevalszeit 2020 dieser Liebe Ausdruck zu verleihen. Gemeinsam mit dem Traditionsbrauhaus Cölner Hofbräu Früh entwickelten sie zwei limited editions: eine 250 ml Pulle, die dem Original Früh Kölsch Glas zum Verwechseln ähnlich sieht und zusätzlich eine – als Früh Kölsch Dose verkleidete – 750 ml Pulle. Passend zur jecken Zeit wurden diese schicken Flaschen lediglich im Rheinland eingestreut. Gefüllt waren die Flaschen mit dem true fruits smoothie yellow.

Begleitet wurde die Auslieferung der Flaschen von PR-Arbeit, einer lokalen Plakatkampagne bis hin zu einem Werbespot. Zum Auftakt startete true fruits mit einem Presse- und Bloggerevent in der LANXESS Köln, bei dem die limiteds das erste Mal vorgestellt wurden. Fast zeitlich spielte man diverse Plakatkampagnen im Kreis Köln / Bonn mit den Sprüchen „Drink&Drive“ und „zu Früh gefreut“.

Zu Sehen gab es den Werbespot auf Facebook, Instagram, YouTube und in rheinländischen Kinosalen.

Insgesamt gab es 13 Social-Media-Posts und 168 Plakate in 2 Städten mit 2 Motiven.



Bundestagswahl-Parteiprogramm-Quiz

Im September 2021 fangen wieder die Wahlen in Deutschland an und die Parteien präsentieren ihre – teils 200 Seiten langen – Wahlprogramme. Aber wer hat die Zeit sich all das durchzulesen, geschweige denn, ab dem zweiten Programm nicht wieder zu vergessen, was im Ersten stand? Wir!

Denn wir haben uns die Mühe gemacht und die Parteiprogramme der sechs größten Parteien im Bundestag durchgelesen, um mit einem kleinen true-or-false-Spielchen das Wissen aller – ja auch das der Politiker selbst – zu testen. Insgesamt werden auf sechs Flaschen immer neun Punkte genannt, die so im Parteiprogramm stehen – oder eben nicht. Ziel dieser Kampagne ist es, sein Wissen über die Parteien zu testen & herauszufinden, welche beiden Punkte von uns ausgedacht sind. Die Lösungen dafür findet man im Flaschenumdrehen und über den QR-Code gelangt man zu den passenden Quellen.

Du hast die Wahl



Flaschenaufsätze



true fruits beschäftigt sich schon eine ganze Weile mit dem Thema Upcycling („Upcycling“ bedeutet aus alten Dingen neue, nützliche Dinge zu kreieren). Die Glasflaschen von true fruits können zwar über den Altglas-Container entsorgt und somit zu 100% recycelt werden – aber sind in Wahrheit doch viel zu schön, um sie einfach wegzuschmeißen. Gestartet in 2014 bietet true fruits mittlerweile 17 verschiedene Flaschenaufsätze aus Edelstahl an, die Du ganz einfach – zack – auf die leeren 99 ml, 250 ml & 750 ml Smoothie-Flaschen drehen kannst. 2014 machten der Streuer und der Gießer den Anfang der #keepglasstayinalive Bewegung. Beide gibt es für die 250 ml Flaschen. Dabei eignet sich der Streuer hervorragend für Salz und Kräuter (oder eben alles, was durch die Öffnungen passt). Der Zuckerstreuer ist als süße Variante eine Abwandlung des normalen Streuers. Er passt auf die kleinen 250 ml-Flaschen und ist dort der perfekte Partner für Deine Chai-Pfefferminz-Soja-Ingwer-Tee-Zeremonie, Deine fluffigen Pancakes, Deinen Mojito oder Caipi oder eben Deine morgendliche Tasse Kaffee. Mit dem Gießer kannst Du eine leere Flasche im Handumdrehen in eine kleine Milchkanne oder eine Ölkaraffe verwandeln. 2015 folgte dann das Teesieb für die Triple-Flaschen und der Permanent-Verschluss; sowohl für 250 ml-, als auch für die 750 ml-Flaschen verfügbar. Zusammen bieten sie eine trofsichere Transportmöglichkeit für die heiße Ware Deiner Wahl. Im Jahr darauf folgten dann der Trinkaufsatz & der Seifenspender. Während der Trinkaufsatz die Verrichtung des sabberfreien Notdurstes als Verschluss für die 750 ml-Flasche gewährleistet, spendet der Spender, auf 250 ml-Flaschen geschraubt, je nach Bedarf Spüli, Seifen, Öle oder Lotions. Mit dem passenden Anti-Rutsch-Fuß aus Silikon hat er einen festen Stand und macht eine gute Figur an jeglichen Beckenrändern. Richtig Mühe haben wir uns mit unserer Gewürzmühle für die 250 ml-Flaschen gegeben.

Alle Flaschenaufsätze bestehen aus Edelstahl und kommen bei Bestellung in hochwertiger Kartonverpackung aus recyceltem Papier nach Hause. Sie sind ausschließlich über den Online-Shop erhältlich und werden stetig weiterentwickelt, so dass sie auch für ein Leben nach dem letzten Schluck höchste Qualität gewährleisten können. So sind die Permanent-Verschlüsse nicht nur langlebig, sondern auch rostfrei und bilden so eine umweltschonende Alternative zur Tupper-Box. Trotz seiner offensichtlichen Nachteile (schwer, zerbrechlich, teurer) haben sich die drei Firmengründer Inga, Marco & Nic 2006 ganz bewusst für Glas entschieden: „Glas ist in unseren Augen das beste Verpackungsmaterial. Glas ist wie ein Tresor: Absolut dicht, geschmacksneutral und bewahrt die Stabilität und Farbe des Produktes. Außerdem ist Glas schlicht und einfach schön. Oder würden Sie einen guten Wein aus dem Tetra Pak trinken?“, so Inga Koster, Mitgründerin und Geschäftsführerin Produkt von true fruits. Glas ist ein natürlicher Rohstoff und zu 100% stofflich wiederverwertbar. Aus gebrauchten Scherben entsteht so im geschlossenen Kreislauf immer wieder neues Glas, das zur weiteren Produktion von Bier-, Wein- oder eben Smoothie-Flaschen eingesetzt wird – diese bestehen übrigens auch zu 45-50% aus Altglas. Mit den Flaschenaufsätzen will true fruits die Wertigkeit von Glas unterstreichen und auf die Wiederverwendungsmöglichkeiten ihrer schlichten Glasflaschen aufmerksam machen. Das ist nicht nur gut für den Planeten, sondern auch hübsch und funktional für Küche und Tisch.

Ich würz kaufen

Im Handumdrehen zur Gewürzmühle: Wenn Du eher Meersalz- als Pfeffer-Typ bist, kannst Du auch hübsches rosa Himalaya-Salz in Deine Pulle füllen. Denn das keramische Mahlwerk in diesem Aufsatz macht einfach alles Grobe fein.

Alte Liebe rostet wohl

Wenn Du etwas Langfristiges willst, gibt es auch für Dich den passenden Deckel. Im Gegensatz zu dem beim Kauf enthaltenen Blechdeckel, der nur für das kurze Vergnügen gedacht ist, rostet unser Permanent-Verschluss nicht. Der Aufsatz aus Edelstahl versiegelt Kaffee, Mehl, Haferflocken und alles, was Du sonst noch unter die Haube bringen willst.

Für alle, die keine Angst vor festen Bindungen haben: den Aufsatz gibt's in zwei verschiedenen Größen.



Gewürzmühle



750 ml 250 ml 99 ml

Permanent-Verschluss



750 ml 250 ml 99 ml

Einer der größten deutschen Trichter

Du junger Kaufanwerther, lass Dir eintrichtern: Dieser Aufsatz wird Dir sehr viel Leid ersparen. Jetzt ist Schluss mit Faustballen, wenn die hundertste Haferflocke auf dem Fußboden landet, anstatt in der Flasche.

Shake your glass

Unseren Shaker-Aufsatz haben wir für echte Blender und richtige Mixer entwickelt. Mit dem zweiteiligen Shaker aus Edelstahl kannst Du Dir zu Hause ganz einfach alle Cocktails mixen, die Du Dir auf Instagram gespeichert hast. Oder Du nutzt ihn als Eiweißshaker, um Deine Muskeln wachsen zu lassen. Mit dem eingebauten Sieb löst sich das Pulver genauso schnell auf, wie Deine Gehirnzellen beim Saufen.

Stäbchen rein, Spender sein

Millionen Deutsche warten auf einen passenden Spender, um Ihre Hände nach dem Toilettengang waschen zu können. Es gibt also keine Ausrede für Dich, nicht sofort mit dem Seifenspenden anzufangen, indem Du unsere 250 ml Flaschen zu einem Seifenspender umrüstest.



Trichter

750 ml 250 ml 99 ml



Shaker

750 ml 250 ml 99 ml



Spender

750 ml 250 ml 99 ml

Voll süß

Kandis wirklich Liebe sein? Er, ein stählerner Bursche, sie, so klein und süß. Doch trotzdem: Dieses Paar ist einfach Zucker, denn auf die inneren Werte kommt es an. Hier geht's natürlich um den Aufsatz aus Edelstahl und die true fruits flasche, ist doch glasklar!

Wenn Du es noch süßer haben willst, gibt es den Aufsatz auch für unsere Shotgläser.

Zuckerstreuer



750 ml 250 ml 99 ml

Kochsalzlösung

Deinen Elektrolythaushalt auffüllen kannst Du mit diesem Aufsatz zwar nicht, aber beim Kochen löst er ein anderes Problem. Denn dank des Silikonverschlusses bleiben sowohl Salz als auch Gewürze vor Feuchtigkeit und Aromaverlust geschützt. Back- und Bastelfreunde können den Streuer auch für Puderzucker oder Bastelglitzer nutzen.

Streuer



750 ml 250 ml 99 ml

Öl ins Essen gießen

Wir wollen kein Öl ins Feuer gießen, aber es wird wirklich Zeit, dass Du Dein Sonnenblumenöl etwas herausputzt. In unseren Flaschen kannst Du Dein schönes Kräuter- und Gewürzöl aufbewahren und mit dem passenden Gießer-Aufsatz kleckerfrei auf Dein Essen gießen. So verhinderst Du die ungewollte Ölmalerei auf der Tischdecke und wertest Dein Essen zu einem echten Kunstwerk auf.

Gießer



750 ml 250 ml 99 ml

Beindruckend, Wasser alles kann!

Iced Caramel Macchiato, ein Banane-Kirsch-Saft oder selbstgemachte Lavendel-Zitronen-Limonade: Mit diesem Trinkaufsatz kannst Du jedes Getränk mitnehmen, wohin Du willst. Ins Fitnessstudio, auf die Arbeit oder nach Mönchengladbach.

Trinkaufsatz



750 ml 250 ml 99 ml

Tee Amo

Du kannst einfach mal einen ziehen lassen und trotzdem bleibt es heiße Liebe. Dank Silikonmanschette verbrennst Du Dir nicht die Finger und auch sonst gibt es wenig Teeater, denn mit dem Permanent-Verschluss aus Edelstahl kann nichts auslaufen.

Teesieb



750 ml 250 ml 99 ml



Grünanlage

„Wir haben Dich verarscht! Eigentlich sind wir Millionäre und Du solltest nur lernen, mit Geld umzugehen!“, haben Deine Eltern leider nie gesagt. Sparen ist trotzdem nicht so wirklich Deine Stärke. Deshalb unser Tipp: Mach's schlauer als wir und schraube den Spar-Aufsatz auf die Grünflasche vom Green Smoothie, dann siehst Du nicht so deutlich, wie lange es noch dauert, bis Du Dir den nächsten Urlaub leisten kannst.



Sparaufsatz

750 ml 250 ml 99 ml



Rauchst Du unbedingt

Er stinkt, sieht nicht gut aus und ist eigentlich auch schon viel zu alt. Gemeint ist nicht Dein Date, mit dem Du letztens nach Hause gegangen bist (aber schon komisch, dass Du jetzt daran denkst), sondern Dein Aschenbecher. Wenigstens letzteres Problem kannst Du jetzt noch beseitigen, denn dieser Aschenbecher-Aufsatz lässt allen Mief in der Flasche und kann dank Standfuß nicht um- „kippen“.



Aschenbecher

750 ml 250 ml 99 ml

Zeit durchzudrehen

Wir haben keine Mühle gescheut und einen zweiteiligen, magnetisch schließenden Grinder entwickelt, mit dem Du Deine Cannabis-Blüten (oder was auch immer) richtig fein bekommst. Der Grinder-Aufsatz aus rost-freiem Aluminium lässt sich auf dieselbe 250 ml oder 99 ml true fruits flasche aufschrauben, in der Du Deine Knospen derzeit geruchsneutral lagerst, Du Gangster.

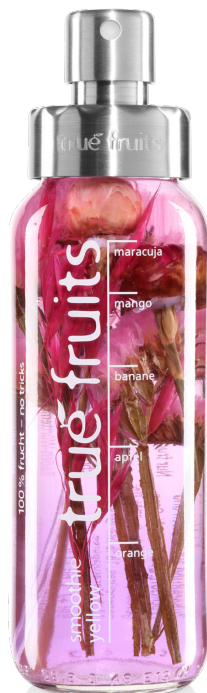


Grinder

750 ml 250 ml 99 ml

Sprühst Du das auch?

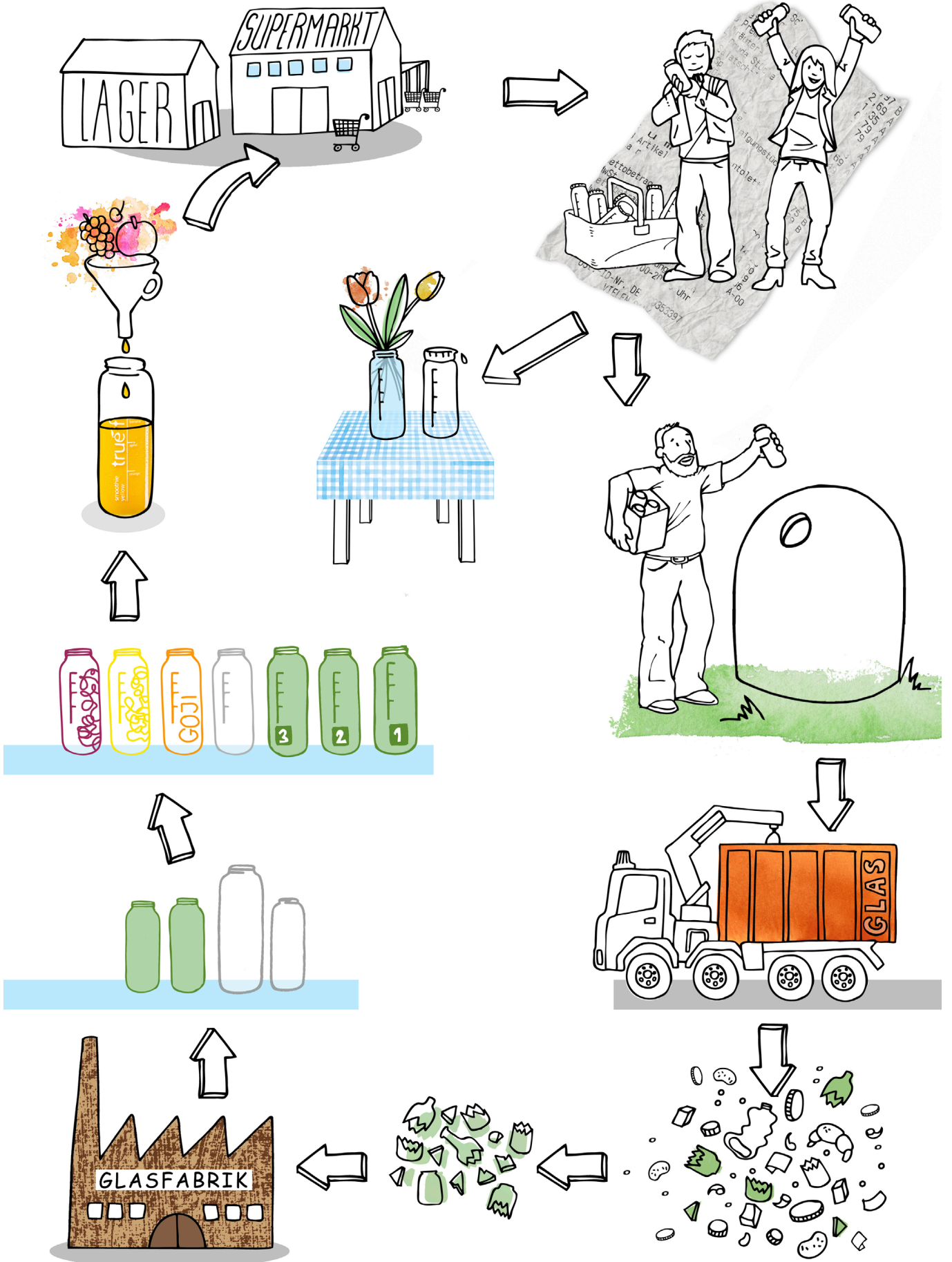
Sprüht vor Charme! Ob als Glasreiniger, Erfrischungsspray oder Raumduft: Der Sprüher ist so putzig, dass man ihn einfach drücken will. Und Desinfektionsmittel oder ein Duftspray für das Auto lassen sich auch gut mit auf eine Spritztour nehmen.



Sprüher

750 ml 250 ml 99 ml





Online Marketing

Flaschen- sammlergruppe auf Facebook

Aufgrund der hohen Nachfrage nach bestimmten Flaschentexten oder vergriffenen limited editions erstellte true fruits im Jahr 2017 die „true fruits Smoothies – Für Flaschensammler“-Gruppe auf Facebook. Diese soll nicht nur zum Flaschen-, sondern auch zum Ideenaustausch, beispielsweise für Upcycling-Produkte genutzt werden. Die Gruppe umfasst zurzeit über 16.000 Mitglieder. Pro Woche kommen an die 100 neue dazu. Durchschnittlich werden hier 200 Beiträge pro Monat gepostet.

Begeisterungs- welle

Neben den gezielten off- und online Aktionen zur Unterstützung der Marke und Überlieferung der Markenbotschaft, ist das gezielte Platzen der Gründer bei Konferenzen und Veranstaltungen zum Thema „Unternehmensgründung“ ein weiteres wichtiges Marketing-Tool. Mit Vorträgen an Unis oder Fachkonferenzen soll der Gründergeist von true fruits weitergegeben und zusätzlich das Profil der Marke geschärft werden.



No Sponsoring

Wir müssen Dir mitteilen, dass wir keinerlei sponsorische Aktivitäten machen. Wir bekommen jeden Tag mehrere Anfragen und diese Menge ist nicht mehr zu bewältigen. Wir sind nämlich kein Großkonzern, sondern ein richtiger Saftladen mit 31 Leuten aus Bonn-Beuel. Wir geben auch keine Freeware raus. Gerne machen wir Dir aber ein Angebot, wenn Du größere Mengen für eine Veranstaltung o.ä. benötigst. In diesem Fall melde Dich bitte bei vertrieb@true-fruits.com

true fruits

true fruits

Noch Fragen?

Einfach bei unserer Pressesprecherin melden:
Nele Hellmann

Auguststr. 19-29
53229 Bonn
Phone: 0228-3873 369
nele.hellmann@true-fruits.com
www.true-fruits.com