

„Eier aus Stahl“-Award: true fruits ehrt Sodastream für Mut & Standhaftigkeit

Ein Hoden für Bad Soden



Bonn, 08.03.2017. **true fruits steht auf Eier. Beziehungsweise auf Unternehmen, die welche beweisen. Unternehmen, die sich nicht verstellen, nur um der Masse zu gefallen. Unternehmen, die zu ihren Ansichten stehen – auch wenn das große Widerstände mit sich bringt. Denn das bedeutet Mut. true fruits, der Smoothie-Marktführer aus Bonn, findet diese Grundeinstellung auszeichnungswürdig und hat einen „Eier aus Stahl“-Award ins Leben gerufen. Das Besondere: Die Auszeichnung ist ein Originalabdruck des true fruits**

Gründers und CEOs Marco Knauf. Erster würdiger Preisträger ist das Unternehmen Sodastream. Das Unternehmen mit Sitz in Bad Soden hatte im vergangenen Jahr mit seiner Werbekampagne „Shame or Glory“ und dem Kampf gegen die Plastik-Lobby außerordentliche Standhaftigkeit bewiesen.

Vom Underdog zum Marktführer.

true fruits hat als erster Anbieter Smoothies auf den deutschen Markt gebracht. Branchenfremd und mit geringem Kapital mussten sich die drei Gründer, Marco Knauf, Inga Koster und Nicolas Lecloux gegen große Konzerne durchsetzen. Mit Erfolg: Heute ist true fruits Marktführer. „In den letzten 10 Jahren sind wir uns immer treu geblieben – auch wenn es Gegenwind gab. Das war kein einfacher Weg. Unternehmen immer nur nach Erfolg, Umsatz und Größe zu beurteilen, finden wir einseitig. Wir haben uns gefragt, warum es eigentlich keinen Preis gibt, der Mut auszeichnet?“ so Marco Knauf, Gründer und CEO von true fruits. Die Edelsaftschmiede möchte den Preisträgern mit dem „Eier aus Stahl“-Award eine

true fruits

persönliche Anerkennung entgegenbringen. So persönlich, dass der CEO Marco Knauf für den Award Modell stand und den Abdruck seiner Hoden in Edelstahl gießen ließ. Der Preis wiegt satte 3,7 Kilogramm. Keine leichte Aufgabe einen soliden Preisträger zu finden – umso glücklicher sind die Bonner, dass die Entscheidung nun auf Sodastream gefallen ist.

David gegen Goliath

Sodastream und true fruits haben schon auf den ersten Blick eine Gemeinsamkeit: Beide halten nichts von überflüssigem Plastik-Müll. Aber da gibt es noch eine andere Gemeinsamkeit. Beide Unternehmen gehen ihren eigenen Weg und stehen zu ihren



v.l.n.r.: Nicolas Lecloux, CMO true fruits, Matti Yahav, VP Global Marketing, Itai Bichler, Head of Global Digital Marketing (beide Sodastream), bei der feierlichen Übergabe des „Eier aus Stahl“-Awards.

Ansichten – gegen alle Widerstände. Im vergangenen Jahr hatte der Marktführer für Trinkwassersprudler diese Haltung eindrucksvoll bewiesen. Das Unternehmen hatte in seiner Anti-Plastik Kampagne „Shame or Glory“ die Plastik-Lobby gegen sich aufgebracht und mehrere Unterlassungserklärungen erhalten. Aber Sodastream ließ sich nicht mundtot machen und blieb standhaft. Für true fruits hat sich Sodastream damit als erster Preisträger für die „Eier aus Stahl“ bewiesen: „Uns geht es auf

die Nerven, dass Unternehmen bei jedem kleinen Gegenwind einknicken und sich verbiegen, nur um der Masse zu gefallen. Sodastream stellt sich als vermeintlich „Kleiner“ gegen Konzerne wie Coca Cola, Nestlé oder Danone und zeigt damit Haltung. Wir möchten Sodastream dafür unsere Anerkennung aussprechen“, so Marco Knauf weiter. „Wir haben uns sehr über diesen Preis für Sodastream gefreut und auch herzlich gelacht – was für eine coole Idee“, meint Rüdiger Koppelman, Marketingdirektor für Deutschland und Österreich. „Es stimmt, dass wir uns nicht verbiegen und nicht von unserem Ziel abbringen lassen, sinnlose Einweg-Plastikflaschen zu ersetzen. Das Leitungswasser ist in vielen Teilen der Welt einwandfrei, es macht einfach keinen Sinn, es in Einwegplastikflaschen abzufüllen und quer durch die Lande zu karren. Ganz davon abgesehen, dass es jeder einzelne

trueé fruits

dann noch nach Hause schleppen muss. Bis es dann in einem Haushalt ankommt, ist das Flaschenwasser oft viele Wochen unterwegs und längst nicht mehr frisch. Jeden Tag beginnen in Deutschland und Österreich 5000 Menschen damit, sich ihr Sprudelwasser selbst zu machen. Dass das die großen Wasserkonzerne stört, liegt auf der Hand. Für die Menschen und die Umwelt ist es aber eine gute Sache, zu der wir stehen.“

Über den Preis:

Der handpolierte Preis aus Edelstahl ist ein Originalabdruck und wurde im Edelstahlwerk Schmees in Langenfeld in Stahl gegossen. true fruits plant diese Auszeichnung in unregelmäßigen Abständen an Firmen, Privatpersonen oder Personen der Öffentlichkeit zu vergeben, die ihre Standhaftigkeit und ihren Mut unter Beweis stellen.

Über true fruits:

2006 von drei Freunden gegründet, branchenfremd und mit kaum Kapital gestartet, eroberte true fruits als erster Smoothie-Anbieter den deutschen Markt. Seit 2015 sind sie Marktführer in diesem Bereich. Mit mittlerweile acht unterschiedlichen Smoothies und zwei Chia-Säften und 24 Gefährten ziehen sie ihr Ding konsequent durch – mit Erfolg: Produktdesign und Qualität wurden bereits mehrfach national und international ausgezeichnet. Leidenschaft statt Industrie, Qualität statt Zusatzstoffe und allen voran das Prinzip: true fruits – no tricks. Nicht mehr, aber eben auch nicht weniger. Mehr über true fruits gibt es unter www.true-fruits.com oder auf www.facebook.com/true.fruits.no.tricks

Wir lieben es, wenn man über uns schreibt. Deshalb freuen wir uns immer über einen kleinen Hinweis oder ein Belegexemplar an presse@true-fruits.com

Pressekontakt:

true fruits GmbH
Fee Surges
Auguststraße 19-29
53229 Bonn
fon: +49 (0) 228 3873 340
fax: +49 (0) 228 3873 330
mail: fee.surges@true-fruits.com