



Die deutsche  
Apfelentdeckung

PRESSEMITTEILUNG

# KNACKIG-KRISPE BOTSCHAFT: FRÄULEIN SETZT AUF PODCAST-WERBUNG

Ein frischer Wind weht durch die Obstregale: Fräulein, die deutsche Apfelentdeckung, setzt auf kreative Verkaufsförderung und beweist, dass das liebste Obst der Deutschen alles andere als ein alter Hut ist.

**Berlin, 30.01.2025.** Die knackig-krispe Apfelentdeckung aus deutschen Landen ist in der fünften Vermarktungssaison und hat sich bereits einen festen Platz in den Herzen der Verbraucher erobert. Rund 30 Prozent der Befragten kennen laut einer Verbraucherumfrage der AMI zur Bekanntheit von Apfelsorten aus dem Jahr 2024 die Marke „Fräulein“ – ein beachtlicher Erfolg für einen Newcomer und ein Zeichen für die richtige Namensfindung. Denn hier zeigt sich die hohe Merkfähigkeit der Marke Fräulein mit dem Claim „Die deutsche Apfelentdeckung“.

## INNOVATIVE MASSNAHMEN

Lorbeer, auf denen sich Fräulein aber nicht ausruhen will. Denn neben der Markenpositionierung als die deutsche Apfelentdeckung setzt die DOSK auch in der aktuellen Kommunikationskampagne beim wichtigsten, in allen heimischen Anbaubereichen produzierten Sortenprojekt der deutschen Obstbauern, vor allem auch auf die besonderen Produkteigenschaften des Apfels, insbesondere die Saftigkeit und den knackig-krispen Biss sowie auf innovative Maßnahmen im Lebensmitteleinzelhandel.

## FRÄULEIN AUF WANDERSCHAFT

Eine der flankierenden Marketing-Offensiven zielt darauf ab, Fräulein als gesunden, erfrischenden Apfel zu etablieren. Und was wäre da besser geeignet als eine Wanderung. Seit 2023 marschiert Fräulein bereits in rund 20 Städten an der Seite von Megamarsch, dem führenden Anbieter von 50- und 100km-Märschen. Unter dem Motto „Komm ins Mega Fräulein Team“ werden dabei nicht nur Äpfel, sondern auch Tickets für den Megamarsch in München verlost. Ein „mega“ Schritt für die Markenbekanntheit – denn die Kooperation als offizieller Verpflegungspartner bringt die engagierte Megamarsch-Community als Multiplikatoren für die Steigerung der Markenbekanntheit von Fräulein ins Spiel.



© Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH



© Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH

## PRESSEMITTEILUNG

Die Partnerschaft zwischen Fräulein und Megamarsch beinhaltet u. a. gebrandete Versorgungsstationen bei den Megamärschen, die Ausgabe von Fräulein-Äpfeln an die Teilnehmerinnen und Teilnehmer und Aktionen am Point of Sale. So heißt es seit Jahresbeginn 2025 auf allen Fräulein-Verpackungen: „Komm ins Mega Fräulein Team“. Zum Megamarsch in München am 17. Mai 2025 werden 3 x 2 Tickets mit 3 Übernachtungen und Fräulein-Teamshirts verlost. Das Gewinnspiel läuft noch bis zum 9. Februar 2025 unter [www.werde-lecker-entdecker.de](http://www.werde-lecker-entdecker.de)



## BLÜHENDES GESCHÄFT ZUM FRAUENTAG

Zum internationalen Frauentag am 8. März lässt der Zufallssämling, der schon bei seiner Markteinführung vor fünf Jahren nicht nur die Herzen ausgewiesener Apfelkenner und -liebhaber, sondern auch die von Gelegenheits-Apfelessern erobert hat, endgültig alle Herzen höherschlagen. In Kooperation mit Fleurop werden bis zum 23.3.2025 unter [www.fräulein.de/weltfrauentag](http://www.fräulein.de/weltfrauentag) 200 x 30-Euro-Fleurop-Gutscheine verlost. Eine blumige Angelegenheit, die zeigt, dass dieser Apfel nicht weit vom Stamm fallen muss, wenn es um innovative Partnerschaften geht.



© Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH

## PODCAST-PERLE MIT BISS

Als weitere Marketingmaßnahme gibt es seit Januar 2025 Fräulein nun auch für die Ohren! Denn mit Blick auf die jüngere Zielgruppe mischt Fräulein jetzt auch die Podcast-Szene auf. Im Format „Fast & Curious“ bewirbt die DOSK die POS-Aktionen von Fräulein und den „Tag des Deutschen Apfels“ mit Lea-Sophie Cramer und Verena Pausder, zwei der bekanntesten Gesichter in der Startup Szene. Sie teilen im Podcast ihr Wissen, ihre Erfahrungen und geben Einblicke in ihre Sicht auf die (Wirtschafts-)Welt, wobei sie Fräulein mit einbeziehen.



© Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH

## FRUIT LOGISTICA: HEIMISCHE ÄPFEL ALS ANTWORT AUF GLOBALE FRAGEN

Auf der Fruit Logistica in Berlin beweist Fräulein nicht nur Sportsgeist, sondern auch Grips. Beim Maskottchenrennen am letzten Tag (Freitag, 7.2.2025 / 12:00 Uhr / Eingang Süd) ebenso wie bei einer Schnitzeljagd durch die Hallen demonstriert Fräulein, dass heimisches Obst die Antwort auf viele Fragen ist - von Nachhaltigkeit und Regionalität, über Fitness und Gesundheit, bis hin zu Food-Trends. Mit über 66.367 Besuchern aus 145 Ländern bietet die Messe die perfekte Bühne für Fräuleins charmante Botschaft: Heimisches Obst ist nicht nur umweltfreundlich, sondern auch der perfekte Wegbegleiter.

In einer Zeit, in der Nachhaltigkeit und regionale Produkte immer wichtiger werden, zeigt Fräulein, dass man mit Humor und Kreativität auch neue Zielgruppen erreichen kann. Begleitet wird die Kampagne von einer umfangreichen Social-Media-Offensive. Denn Influencer und Content Creator:innen teilen unterhaltsame Inhalte rund um die Fräulein-Äpfel und den kommenden Megamarsch.



© Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH  
Schnitzeljagd auf der Fruit Logistica

## PRESSEMITTEILUNG

### Kontakt:

Deutsches Obst-Sorten Konsortium (DOSK)  
Jens Anderson  
Leitung Marketing für Fräulein  
Tel. +49 (0) 170 / 9218953  
janderson@elbe-obst.de  
Bassenflether Chaussee 4b  
21723 Hollern-Twielenfleth

### Über das Deutsche Obst-Sorten Konsortium (DOSK):

Das Deutsche Obst-Sorten Konsortium GmbH (DOSK) ist ein Zusammenschluss von acht deutschen Erzeugerorganisationen mit einem gemeinsamen Absatzvolumen von ca. 500.000 Tonnen Obst. Das DOSK wurde im Jahr 2003 gegründet. Ziel des DOSK ist, Produktinnovationen in den deutschen Obstmarkt einzuführen und zu etablieren. Das DOSK erhält dazu Anbau- und Vertriebsrechte an neuen oder vielversprechenden Obstsorten. Die Sorten werden von den Erzeuger:innen der an dem DOSK beteiligten Erzeugerorganisationen produziert. Über ein gemeinsames Marketingkonzept erfolgt die Einführung auf dem deutschen Absatzmarkt. Bislang betreut das DOSK die Apfel-Clubsorten Fräulein®, SweeTango™, Rockit™ und Kissabel®. Xenia® ist damit die erste Birnen-Clubmarke unter dem Dach des DOSK.



© Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH  
Jens Anderson (Bildmitte) mit dem  
Megamarsch-Team



© Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH



Die deutsche  
Apfelentdeckung

Deutsches Obst-Sorten  
Konsortium GmbH  
Bassenflether Chaussee 4b  
21723 Hollern-Twielenfleth

Tel +49(0)4141/9531-0  
Fax +49(0)4141/9531-10  
E-Mail info@dosk.eu

[www.fräulein.de](http://www.fräulein.de)