

**FLSK feiert zehn Jahre: Die Marke, die den Trinkflaschenmarkt verändert hat.**



Was 2015 als Vision eines Einzelnen begann, ist heute eine Erfolgsgeschichte aus Deutschland: Das Münchener Unternehmen **FLSK feiert 2025 sein zehnjähriges Jubiläum**. Gegründet mit dem Ziel, die herkömmliche Isolierflasche neu zu definieren, hat die Marke den Markt nicht nur im deutschsprachigen Raum, sondern auch international grundlegend verändert. Mit einer klaren Markenidentität, einer konsequenten Produktstrategie und einem Fokus auf Nachhaltigkeit hat sich FLSK als innovativer Anbieter von Premiumtrinkflaschen und -bechern etabliert.

**Wie alles begann**

Während einer seiner Reisen erkannte Quentin Pratley, dass Isolierflaschen mehr können sollten, als nur heiße Getränke warmzuhalten – sie sollten auch in der Lage sein, Kälte über längere Zeit zu bewahren. Mit dieser Überzeugung gründete er zusammen mit vier Partnern am 16. Juli 2015 FLSK, um eine Lösung zu schaffen, die sowohl bei heißen als auch kalten Temperaturen funktioniert. Heraus kam



ein Produkt – die FLSK Trinkflasche – das funktional, ästhetisch und nachhaltig ist – und damit die Welt der Trinkflaschen im deutschsprachigen Raum nachhaltig veränderte.



## Der Aufstieg: Vom Start-up zur globalen Marke

Was als Start-up mit einem einzigen Produkt begann, hat sich schnell zu einer international gefragten Marke entwickelt. Innerhalb weniger Jahre erweiterte FLSK sein Portfolio kontinuierlich: Vom Original, der FLSK Trinkflasche, über den muki Snackpot bis hin zum FLSK Kaffeebecher und der in diesem Jahr gelaunchten Trinkflasche mit Becher – jedes Produkt steht für kompromisslose Produktqualität, durchdachtes Design und Langlebigkeit. Seit jeher verfolgt FLSK eine klare Premium-Positionierung und setzt auf weniger, dafür aber durchdachte Eigenentwicklungen mit echtem Mehrwert. Die Produktstrategie lautet: Qualität vor Quantität. Jedes Produkt, das auf den Markt kommt, ist das Ergebnis intensiver Entwicklung und vereint Funktionalität, Design



und nachhaltige Innovation. Abwechslung bringt die Marke zudem durch regelmäßig neue Farben, inspiriert von aktuellen Trends – jährlich erscheinen sechs neue Farbtöne.

Bereits 2016 begann FLSK, den Schritt in den stationären Handel zu wagen. Heute ist die Marke nicht nur in der gesamten DACH-Region und Europa vertreten, sondern hat auch internationale Märkte wie Japan erschlossen.

## FLSK Future Fonds: Nachhaltigkeit als Markenkern

FLSK hat sich jedoch nie mit einem kurzlebigen Trend zufriedengegeben – die Marke steht für Produkte mit einem klaren Mehrwert und einer klaren Haltung. Nachhaltigkeit ist kein bloßes Lippenbekenntnis, sondern Grundsatz des Unternehmens. Seit 2024 bietet FLSK für alle Trinkflaschen und Becher eine lebenslange Garantie an und setzt sich über den **FLSK Future Fonds** für ökologische und soziale Projekte weltweit ein. In den letzten Jahren wurden insgesamt mehr als 161.000 Euro gespendet, unter anderem für Projekte in Peru, Uganda und Deutschland.



## Ein Blick in die Zukunft

Die Ausrichtung von FLSK ist ebenfalls eindeutig auf die kommenden Herausforderungen fokussiert: Eine geplante internationale Expansion, die Förderung von bewusstem Konsum und weitergehende Nachhaltigkeitsinitiativen stehen im Fokus. „Wir sind gekommen, um zu bleiben – und um noch viel zu bewegen“, so Quentin Pratley.

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