



1. Platz: Vöslauer 100% Recycling-PET 45,7%
2. Platz: Römerquelle 100% Recycling-PET 32,8%
3. Platz: Vöslauer 0,5L Mehrweg-Glasflasche 32,3%



Daß die Konsumenten auf die alljährlichen Eis-Neuheiten oder auf besonders genussvolle Süßigkeiten zuverlässig mit über- ragender Kaufbereitschaft reagieren, das ist uns nach vielen, vielen Jahren, in denen wir unsere Marktforschung betreiben, natür- lich klar. Daß jedoch die Werte in der Kategorie Alkoholfreie Getränke derart durch die Decke gehen wie heuer, das ist definitiv neu. Die Ursa- chenforschung fällt jedoch nicht besonders schwierig aus: Sämtliche Stockerplätze in dieser Warengruppe werden diesmal von nachhalti- gen Verpackungskonzepten belegt. Und dies ist zweifellos bei den Ver- brauchern derzeit Thema Nr. 1. Als Vöslauer die erste vollständig aus wiederverwerteten PET-Flaschen bestehende Mineralwasserflasche präsentierte, zeigten sich in unserer Umfrage satte 45,7% der Öster- reicher überzeugt, dieses Gebinde sicher kaufen zu wollen. Und damit ist dieses Produkt jenes, das seit Beginn unserer Mafo-Abfragen über sämtliche Kategorien hinweg den höchsten Kaufanreiz-Wert erzie- len konnte. Was die gesellschaftliche Bedeutung von Maßnahmen zur Eindämmung des Klimawandels durch die FMCG-Branche eindrucks- voll belegt.

KOMPLETT. Die Römerquelle stellte nur kurze Zeit nach dem Launch von Vöslauers erster rePET-Flasche gleich ihr gesamtes Sortiment auf 100% Recycling-Kunststoff um. Wenig überraschend erzielte auch dies Top-Werte in der Marktforschung und „Römerquelle 100% Recy- cling-PET“ sicherte sich damit Platz 2 in der heurigen sowie in der Allti- me-Gesamtwertung unserer „best launches“. „Nachhaltigkeit und der Schutz unserer Ressourcen sind die gesamtgesellschaftlichen The- men unserer Zeit“, bestätigt Herbert Bauer, Sales Director Coca-Co-

la HBC Österreich. „Der Launch des gesamten Portfolios in Flaschen aus 100% recyceltem PET, was uns als Erster in Österreich gelungen ist, war ein weiterer Meilenstein.“ Darüber hinaus hat sich die Gebin- de-Umstellung auch am Markt bereits bewährt: „Wir haben sowohl von unseren Kunden als auch von den Konsumenten sehr positives Feedback hinsichtlich des Launches erhalten. Gerade im Handel konn- ten wir mit ‚Römerquelle Mineralwasser‘ Marktanteile hinzugewinnen. Darüber hinaus beobachten wir ein Wachstum in der Haushaltspene- tration“, so Bauer.

„Die Konsumenten bestehen immer öfter auf Nachhaltigkeit. Diesen Kriterien entsprechen sowohl die 100% rePET-Fla- schen in verschiedenen Größen als auch die 0,5L-Glas-Mehr- wegflasche von ‚Vöslauer‘.“

Yvonne Haider, Leitung Marketing Vöslauer

IMPULS-GLAS. Sie werden es bereits ahnen: Auch auf Platz 3 der „best launches“ in der Kategorie der alkoholfreien Getränke dreht sich alles um Nachhaltigkeit: Bronze geht nämlich an die „Vöslauer“-0,5L-Mehr- wegglasflasche, mit der man das Mehrwegthema auch im On-the-go- Bereich forcieren wollte. „Im Glas-Mehrweg-Segment verzeichnen wir ein Umsatzplus von 40,4%“, berichtet Marketingleiterin Yvonne Haider (Nielsen, Umsatz, YTD KW40/2019) und kündigt an: „Bei der Glasfla- sche planen wir weitere Sorten auf den Markt zu bringen.“ Aber auch im PET-Bereich ist das Ende der Fahnenstange natürlich noch nicht erreicht: „Jedes neue Produkt muss bei uns noch nachhaltiger sein als sein Vorgänger. Schon bald werden alle ‚Vöslauer‘-PET-Flaschen aus 100% rePET bestehen.“ Die Auszeichnungen im Rahmen unserer „best launches“ sind für Vöslauer eine weitere Bestätigung des consequen- ten Weges. Haider: „Die ausgezeichneten Produkte sind ein Spiegel des Zeitgeistes und vor allem der Bedürfnisse der Verbraucher. Die Kon- sumenten bestehen immer öfter auf Nachhaltigkeit. Diesen Kriterien entsprechen sowohl die 100% rePET-Flaschen in verschiedenen Grö- ßen als auch die 0,5L-Glas-Mehrwegflasche von ‚Vöslauer‘.“

„Der Launch des gesamten Portfolios in Flaschen aus 100% recyceltem PET, was uns als Erster in Österreich gelungen ist, war ein weiterer Meilenstein.“

Herbert Bauer, Sales Director Coca-Cola HBC Österreich