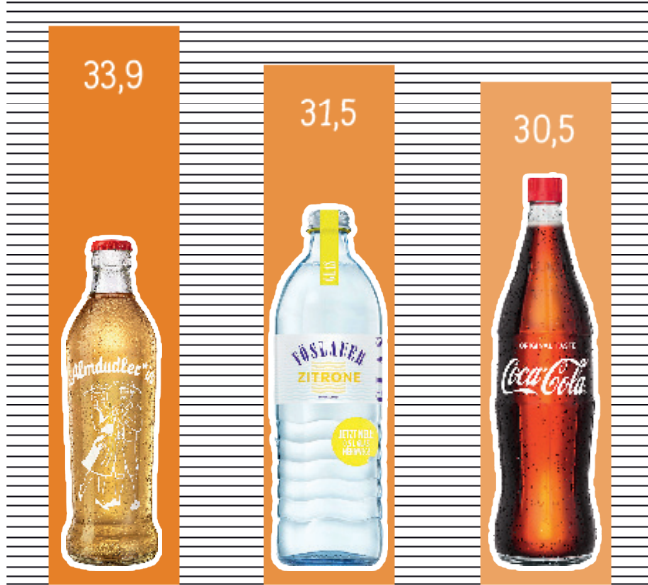




- 1. Platz: Almdudler*in 33,9%
- 2. Platz: Vöslauer mit Etiketten aus Recyclingmaterial..... 31,5%
- 3. Platz: Coca-Cola Mehrwegglasflaschen 30,5%



Das uns die Gleichberechtigung von Frauen wichtig ist, liegt bei einem Damenanteil von 100% im PRODUKT-Team auf der Hand. Dass die Frage Mann oder Frau nicht immer eindeutig beantwortet werden kann oder will, ebenso – Diversity ist das Stichwort, unter dem wir Menschen unabhängig von ihrem Geschlecht, ihrer Herkunft, ihrem Alter etc. gleichermaßen wertschätzen. Und das tut offensichtlich auch das Panel, dem wir die in PRODUKT vorgestellten Neueinführungen der letzten zwölf Monate vorgelegt haben: Denn unter allen abgefragten alkoholfreien Getränken erhielt der/die „Almdudler*in“ die höchste Zustimmung in Sachen Kaufbereitschaft. Eine weltoffene Einstellung wird bei Almdudler ja seit jeher gelebt,

„Wir sind der Ansicht, dass alle Menschen gesehen und respektiert werden müssen und es war schön zu sehen, wie viele Menschen unsere Meinung teilen.“

Gerhard Schilling, GF Almdudler

wie Geschäftsführer Gerhard Schilling ausführt: „Bei der ‚Almdudler*in‘-Diversity Edition handelt es sich um eine unserer Limited Editions, die bei unseren Fans immer besonders beliebt sind. Das österreichische Nationalgetränk holt wie gewohnt wichtige Themen, wie zum Beispiel Sprachsensibilisierung und Diversität, vor den Vorhang. Bei Almdudler setzen wir uns seit Jahrzehnten für Offenheit, Toleranz, gesellschaftliches Miteinander und gegen Ausgrenzung ein. Mit unserer ‚Diversity Edition‘ haben wir ein Zeichen für mehr Bewusstsein

und Achtsamkeit in der Gesellschaft gesetzt und das wurde auch so wahrgenommen. Wir sind der Ansicht, dass alle Menschen gesehen und respektiert werden müssen und es war schön zu sehen, wie viele Menschen unsere Meinung teilen.“

„Die Top-Platzierung ist eine tolle Bestätigung für den Weg, den wir bereits 2014 mit der Wiedereinführung der ‚Vöslauer‘-1L-Glas-Mehrwegflasche eingeschlagen haben.“

Yvonne Haider-Lenz, Leitung Marketing & Innovation, Vöslauer

KREISLAUF. Aber auch Platz 2 hat wohl deshalb Silber ergattert, weil das Produkt die Welt ein bisschen besser machen soll. **Vöslauer** verwendet nämlich auf seinen **Glas-Mehrwegflaschen** seit heuer **Etiketten aus Recyclingmaterial**, wobei dieses aus Prä-Verbraucher- bzw. Produktionsabfällen stammt. Die CO₂-Bilanz des Mehrweggebindes, das übrigens auch das Österreichische Umweltzeichen trägt, wurde dadurch nochmal kräftig aufgebessert – eine Strategie, die Vöslauer ja bereits seit langem für das gesamte Produkt-Portfolio verfolgt. Dazu Yvonne Haider-Lenz, Leitung Marketing & Innovation: „Die Top-Platzierung ist eine tolle Bestätigung für den Weg, den wir bereits 2014 mit der Wiedereinführung der ‚Vöslauer‘-1L-Glas-Mehrwegflasche eingeschlagen haben. Mit der 0,5L-Flasche haben wir im Jahr 2019 den Markt weiter revolutioniert und uns einmal mehr als Vorreiter und Marktführer bei Glas-Mehrweg bewiesen – ein Trend, der ungebrochen anhält.“

IMMER WIEDER. Dass auch der dritte Platz am best launch-Siegerpodest von einem Nachhaltigkeits-Konzept ergattert wurde, macht einmal mehr deutlich, dass die Wichtigkeit dieses Themas in der breiten Masse angekommen ist. Rund ein Drittel der Befragten kündigte nämlich in unserer Befragung an, **„Coca-Cola“** in der heuer lancierten **1L-Mehrwegglasflasche** kaufen zu wollen. Für Christoph Till, Sales Director Coca-Cola HBC Österreich, ist jedenfalls völlig klar, dass diese Gebinde-Variante im Jahr 2021 im „Coca-Cola“-Portfolio nicht fehlen darf: „Gemäß unserer Nachhaltigkeitsstrategie setzen wir auch bei Produkten der Marke ‚Coca-Cola‘ auf einen ausgewogenen und nachhaltigen Verpackungs-Mix, der unterschiedlichsten Bedürfnissen und Anlässen gerecht wird. Speziell die Nachfrage nach Limonadenprodukten in der Mehrweg-Glasflasche ist in den letzten Monaten stark gestiegen. Mit der ‚Coca-Cola‘-1L-Mehrweg-Glasflasche für den Lebensmitteleinzelhandel werden wir diesem Trend gerecht und bieten Konsumentinnen und Konsumenten eine weitere Packungsalternative, die am Markt auch ausgezeichnet angenommen wird: Seit dem Start im Vorjahr hat sich die ‚Coca-Cola‘-1L-Mehrweg-Glasflasche zur Nummer 1 im Mehrwegglas-Sortiment in der Kategorie Limonaden entwickelt und trägt am stärksten zum Umsatzwachstum bei (Quelle: Nielsen, YTD 4Q/2021).“