



Mediengespräch
90 Jahre Coca-Cola in Österreich

Donnerstag, 17. Jänner 2019

Coca-Cola Österreich
Euro Plaza

Inhalt der Pressemappe:

Seite	Inhalt
2	Zitate
3	Coca-Cola macht zum 90-Jahr-Jubiläum alles „Miteinander!“
6	Informationen zur Kampagne und Promotion
8	90 Jahre Coca-Cola in Rot-Weiß-Rot
9	Wirtschaftsfaktor Coca-Cola Österreich: So viel Coca-Cola steckt in Österreich
11	„Taste the feeling“ in Rot-Weiß-Rot
13	Immer und überall das ideale Getränk
14	Unternehmensinformationen

Gesprächspartner:

Lisa-Maria **Moosbrugger**, Senior Brand Manager Sparkling Coca-Cola Österreich

Ursula **Riegler**, Unternehmenssprecherin Coca-Cola HBC Österreich

Herbert **Bauer**, Sales Director Coca-Cola HBC Österreich

Philipp **Bodzenta**, Unternehmenssprecher Coca-Cola Österreich

Rückfragehinweis

MPW-1060 | Julia Fassel, Manuel Latzko, Ronald Gollatz

Austria@MPW-1060.com | 01 504 16 14 0



90 - Zitate

„Uns war es wichtig, ein Wort in den Mittelpunkt zu rücken,
das in allen österreichischen Dialekten geläufig ist.“

Dieser Begriff ist „Miteinander!“

„Wir wissen, dass die Menschen Coca-Cola am meisten schätzen,
wenn wir unsere internationale Kompetenz mit lokalen Ideen aufwerten.

Und genau diese Idee zieht sich durch die gesamte Kampagne“

Lisa-Maria Moosbrugger

Senior Brand Manager Sparkling bei Coca-Cola Österreich

„Coca-Cola steht vor allem für Gemeinsamkeit – also miteinander.

Gemeinsam zu essen ist die wohl mit Abstand häufigste Situation,

in der die Menschen unsere Getränke genießen.

Auch deshalb passt ‚Miteinander!‘ perfekt zum Jubiläum“

Ursula Riegler und Philipp Bodzenta

„Ein Beleg für unser Bekenntnis zum Standort Österreich
sind unsere Investitionen von rund 75 Millionen Euro,
die in den vergangenen Jahren in unser Produktions-
und Logistikzentrum in Edelstal geflossen sind.“

Ursula Riegler

„Ein Highlight sind auch unsere 0,33L Dosen
mit Mundartausdrücken wie ‚Wüd‘, ‚Leiwand‘,
‚Skifoahn‘, ‚Oida‘ und natürlich auch ‚Miteinander!‘“

Herbert Bauer, Sales Director Coca-Cola HBC Österreich

„Privat sowieso, und beruflich auch - in einem Küchenteam
ist das Miteinander immens wichtig. Außerdem:
am besten schmeckt's doch auch ‚Miteinander!‘“

Alexander Kumptner, Starkoch

„Man hört Tuben, Zithern, Geigen, Akkordeons,
die als Wink und Augenzwinkern zu verstehen sind
und die Botschaft vermitteln: Hallo, wir sind hier in Österreich.“

Philipp Lingg, Musiker



Die „österreichischste“ Coca-Cola-Kampagne aller Zeiten

Coca-Cola macht zum 90-Jahr-Jubiläum alles „Miteinander!“

Seit 1929 erfrischen sich die Menschen in Österreich mit Coca-Cola. Jetzt präsentierte Coca-Cola Österreich das Programm zum Jubiläum „90 Jahre Coca-Cola Österreich“. Es ist die „österreichischste“ Coke Kampagne aller Zeiten. Ziel ist es auch, den großen Beitrag des Coca-Cola Systems für die heimische Gesellschaft zu betonen.

Seit 1929 gibt es Coca-Cola in Österreich. Im ersten Jahr wurden rund 8.000 Liter Coca-Cola abgefüllt, mittlerweile wurden daraus 490 Millionen Liter und rund 60 verschiedene Getränke, produziert vorrangig im Produktions- und Logistikzentrum in Edelstal im Burgenland. In Coca-Cola steckt mehr Österreich, als vielen Menschen bekannt ist. Dieser Aspekt spiegelt sich neben dem zentralen Begriff in der „90 Jahre Coca-Cola in Österreich“-Kampagne wider. Dieser Begriff ist „Miteinander!“.

„Miteinander!‘ trifft den Kern unserer Unternehmenswerte perfekt und ‚Miteinander!‘ passt auch in nahezu alle Lebensbereiche unserer Konsumentinnen und Konsumenten“, ist Lisa-Maria Moosbrugger, Senior Brand Manager Sparkling bei Coca-Cola Österreich, überzeugt. „Coca-Cola steht vor allem für Gemeinsamkeit – also miteinander. Gemeinsam zu essen ist die wohl mit Abstand häufigste Situation, in der die Menschen unsere Getränke genießen“, bringen es Ursula Riegler und Philipp Bodzenta, Unternehmenssprecher von Coca-Cola Österreich, ergänzend auf den Punkt, „auch deshalb passt ‚Miteinander!‘ perfekt zum Jubiläum“. Lisa-Maria Moosbrugger: „Uns war es außerdem wichtig, ein Wort in den Mittelpunkt zu rücken, das in allen österreichischen Dialekten geläufig ist.“

Fokus auf Out of Home, fast 3.400 Plakatstellen und 65 Millionen Kontakte

Die Coca-Cola Kampagne ist lokalisierter denn je. Zentrales Sujet ist ein Plakat, das neben dem eigens entworfenen Jubiläumslogo 2097 österreichischen Gemeinden und zusätzlich für Wien alle 23 Bezirke zeigt. Das Kampagnenlogo verbindet Österreich mit der Zahl 90 auf sehr prägnante Art: mit der Buchstaben- und Zahlenkombination „9Ö“ „Vom Plakat gibt es Bundesland-Mutationen und sogar Sujets für einzelne Gemeinden und Regionen. In Summe kommen wir auf 3.396 Plakate in 998 Ortschaften“, spricht Lisa-Maria Moosbrugger von den „massivsten“ Out of Home (Plakat)-Aktivitäten von Coca-Cola. Moosbrugger: „Ziel ist es, insgesamt etwa 65 Millionen Kontakte zu erreichen. Möglichst viele Menschen sollen mitbekommen, dass wir unser Jubiläum feiern und fester Teil der Gesellschaft in Österreich sind.“

„Wir wissen, dass die Menschen Coca-Cola am meisten schätzen, wenn wir unsere internationale Kompetenz mit lokalen Ideen aufwerten. Und genau diese Idee zieht sich durch die gesamte Kampagne“, so Lisa-Maria Moosbrugger.

TV-Spots mit zahlreichen Coke-Testimonials aus Österreich

Auch die neuen TV- und Online-Spots sind durch und durch österreichisch. „Konzept, Script, Produktion, Drehorte, Testimonials und Musik – alles kommt aus Österreich“, ist Moosbrugger stolz, „damit bleibt sogar bei den Spots die gesamte Wertschöpfung in Österreich. Ein klares Bekenntnis zu Österreich.“ Mit den beiden Fußball-Nationalteamspielerinnen Laura Feiersinger und Manuela Zinsberger und Starkoch Alex Kumptner sowie Social Media Stars wie KSFreak über Krappiwhatelse bis hin zu Kim Liane und Lisbia finden sich zahlreiche österreichische Persönlichkeiten in den Spots.



Welthit „Taste the Feeling“ von Avicii in rot-weiß-rot

Die neuen Spots sind auch mit einer neuen Österreich-Version des Avicii-Coke-Songs “Taste the Feeling” hinterlegt. „Mit den Künstlern Philipp Lingg, bekannt durch den Holstunarmusigbigbandclub und Lucas Fendrich, sowie weiteren heimischen Musikern spannen wir auch hier einen Bogen über ganz Österreich“, ist die Senior Brand Managerin stolz, „auch hier spielt es Österreich – im wahrsten Sinn.“ Philipp Lingg: „Man hört Tuben, Zithern, Geigen, Akkordeons, die als Wink und Augenzwinkern zu verstehen sind und die Botschaft vermitteln: Hallo, wir sind hier in Österreich.“

Regionalität und Retro-Design am POS und den Packungen, Dosen werden „Leiwand“ und „Miteinander“

Wie lokal die Kampagne ist, zeigt sich auch am Point of Sale und auf den Packungen. „Ähnlich wie bei den Plakaten die Gemeindefamen finden sich auf den Etiketten der PET-Flaschen die Bezirke“, so Herbert Bauer, Sales Director Coca-Cola HBC Österreich, „ein Highlight sind auch unsere 0,33L Dosen mit Mundartausdrücken wie ‚Wüd‘, ‚Leiwand‘, ‚Skifoahn‘, ‚Oida‘ und natürlich auch ‚Miteinander‘“.

Coca-Cola hat als erstes Packungen individualisiert. Diese Idee war bei den Konsumentinnen und Konsumenten in den vergangenen Jahren immer sehr beliebt, vor allem auf Social Media sind sie ein Hit. „Wer zum Beispiel die kommenden Wochen gemeinsam mit einem Freund auf einer Skihütte sitzt, kann mit den Dosen ‚Skifoahn‘ und ‚Miteinander‘ auf Facebook oder Instagram gleich die entsprechende Botschaft verschicken.“ Besondere Freude mit den 0,33L Glasflaschen werden Konsumenten in der Gastronomie haben. „Coca-Cola, Fanta und Sprite präsentieren sich im Retro-Design“, so Herbert Bauer, der weiters berichtet, dass die Kampagne bei den Handelspartnern sehr großen Anklang gefunden hat. „Der Regional- und Lokalaspekt ist etwas Besonderes, hier entsteht ein besonderer Bezug. Das gefällt auch unseren Partnern im Handel ganz besonders.“

Starkoch Alexander Kumptner neu im Coca-Cola Team

Gemeinsam essen stand bei Coca-Cola schon immer im Fokus. Deshalb wird im Jubiläumsjahr bei Coca-Cola auch gekocht – selbstverständlich österreichisch. Ab März (KW 10) liegen den 4x1 Liter PET Multipacks von Coca-Cola und Coke zero drei Kochbücher bei, die von Starkoch Alexander Kumptner verfasst wurden. Die Themen sind: „Traditionelle österreichische Küche“, dazu als Pendant „Moderne österreichische Küche“ sowie hinsichtlich der BBQ-Saison „Grillen auf Österreichisch“.

„Die heimische Küche bietet so viele Möglichkeiten, ob man bei traditionellen Gerichten bleibt, denen man mit einer neuen Komponente frischen Pfiff verleiht, oder ganz auf moderne Speisen setzt“, so Kumptner, der ehemalige Küchenchef der Albertina Passage und bekannt aus Fernseh-Kochshows in ORF und ZDF. Kumptner mag auch das „Miteinander“. „Privat sowieso, und beruflich auch - in einem Küchenteam ist das Miteinander immens wichtig.“, so der Wiener, „außerdem: am besten schmeckt’s doch auch ‚Miteinander!‘“

Gewinnspiel mit Heli-Flügen und Roadshow für Konsumenten

Coca-Cola lädt die heimischen Konsumenten ein, den runden Geburtstag mitzufeiern und dabei mit etwas Glück einen Heli-Flug für vier Personen zu gewinnen. „Im Paket dabei ist auch ein Meet&Greet mit einem Promi. Zu gewinnen gibt es auch Gutscheine und vieles mehr, um eine schöne Zeit miteinander zu feiern“, ruft Moosbrugger zum Mitmachen auf. Alle Infos zum Gewinnspiel auf www.coke.at Im Rahmen der Kampagne besucht Coca-Cola auch jedes Bundesland und steuert vor allem Skigebiete an. Dabei sorgt Coca-Cola nicht nur für die kulinarische Versorgung der Skifahrer, sondern hat für Coke Fans eine kleine, feine Auswahl an Merchandising-Produkten parat. „Wir wissen, dass Coca-Cola Artikel, vor allem im Retro-Design, sehr beliebt sind“, so Moosbrugger, „aus diesem Grund wollen wir unseren Fans natürlich diese Freude machen.“



Vom Coca-Cola Inclusion Run beim Vienna City Marathon über Youth Empowered bis Weihnachten:

„Miteinander!“ in allen Coca-Cola Programmen

„Miteinander! ist so ein starker Claim, den wir im kommenden Jahr in nahezu alle unsere Bemühungen, ob in Sozialem, Umwelt oder Sport, miteinbeziehen“, so Philipp Bodzenta, Unternehmenssprecher von Coca-Cola Österreich. So spielt „Miteinander!“ beispielsweise beim diesjährigen Get active Social Business Award, Österreichs größtem Social Business Start Up-Bewerb, eine zentrale Rolle. „Vor allem Herausforderungen im Bereich Gesellschaft und Umwelt können nur gemeinsam bewältigt werden und hier wollen wir als Unternehmen unseren Beitrag leisten und so etwas zurückgeben.“ Den Österreich-Aspekt will Bodzenta weiter hervorstreichen; „Wir sind stolz darauf, ein aktiver Teil der heimischen Gesellschaft zu sein und das wollen wir verstärkt kommunizieren.“

Wo Coca-Cola drauf steht, ist Österreich drinnen

Nicht nur in der 90-Jahre-Kampagne steckt sehr viel Österreich, auch in den Produkten selbst. „Das Coca-Cola System aus der Coca-Cola GesmbH und dem Abfüller Coca-Cola HBC Österreich ist ein wichtiger Faktor in der heimischen Wirtschaft“, weiß Ursula Riegler. Die Unternehmenssprecherin von Coca-Cola HBC Österreich untermauert dies mit beeindruckenden Zahlen.

- Coca-Cola produziert pro Jahr in Österreich rund 490 Mio. Liter Getränke
- Verarbeitet werden österreichische Rohstoffe und Dienstleistungen im Wert von rund 139 Millionen Euro
- Rund 1.000 Menschen arbeiten derzeit direkt bei Coca-Cola in Österreich, der Beschäftigungseffekt liegt bei fast 12.000 Stellen
- 774 Mio. Euro pro Jahr entlang der gesamten Wertschöpfungskette des österreichischen Bruttoinlandsprodukts sind mit Coca-Cola verbunden
- Das jährliche Steueraufkommen beträgt 391 Millionen Euro.

„Natürlich liegen die Wurzeln von Coca-Cola in den USA, aber so wie auch in den vergangenen 90 Jahren sehen wir uns als heimisches Unternehmen, dessen Gegenwart und Zukunft in Österreich liegt“, so Ursula Riegler, „ein Beleg für unser Bekenntnis zum Standort Österreich sind unsere Investitionen von rund 75 Millionen Euro, die in den vergangenen Jahren in unser Produktions- und Logistikzentrum in Edelstal geflossen sind.“



Informationen zur Kampagne und Promotion

Das Kampagnen-Logo

Zentrales Element der 90 Jahre Coca-Cola in Österreich-Kampagne ist das Logo, das den Coca-Cola Schriftzug beinhaltet, aber durch die Schreibweise der Zahl 90 durch „9Ö“ einerseits mit dem „Ö“ Österreich und mit der „9“ die Bundesländer symbolisiert.

Die lokalisierteste Coca-Cola Plakat-Kampagne aller Zeiten

In ganz Österreich kommt ein 24-Bogen-Plakat zum Einsatz, auf dem alle 2097 österreichischen Gemeinden bzw. für Wien alle 23 Bezirke angeführt sind. Die Kommunen sind als weißer Streifen des rot-weiß-rot anmutenden Plakats ausgewiesen. Darüber hinaus sind Bundesland-Mutationen im Einsatz, die die jeweiligen Bezirke nennen. Die Plakate werden weiters bis auf regionale und lokale Ebene heruntergebrochen und mutiert. Erreicht werden mit der OOH-Kampagne 65 Millionen Kontakte via 16/1 und 24/1 Plakaten, Citylights, Digital Out of Home sowie vereinzelt Branding von Bussen und Taxis.

Österreichische Spots auf internationalem Niveau

Vom ersten Entwurf bis hin zum finalen Schnitt entstanden alle Spots in Österreich. Zu sehen sind neben den Fußball-Nationalteamspielerinnen Laura Feiersinger und Manuela Zinsberger sowie als neuestem Mitglied der Coca-Cola Familie Alexander Kumptner auch die Top-Riege heimischer Social Media-Stars von KSfreak über Krappiwhatelse bis hin zu Kim Lianne.

Die Protagonisten der Spots

Manuela Zinsberger	https://www.instagram.com/manuela_zinsberger/
Laura Feiersinger	https://www.instagram.com/laurafeiersinger27/
Alexander Kumptner	https://www.instagram.com/alexanderkumptner/
Lisbia_	https://www.instagram.com/lisbia_/
Theothersideof_lisbia	https://www.instagram.com/wayofjay/
KSfreak	https://www.instagram.com/ksfreak/
Krappiwhatelse	https://www.instagram.com/krappiwhatelse/
Elias_sili	https://www.instagram.com/elias_sili/
Kim Lianne	https://www.instagram.com/kimlianne/

On air geht die erste Version des Spots als 20-Sekünder in KW 3. Abgelöst wird dieser von einer veränderten 15-sekündigen Variante in KW 8.



90 Jahre Coca-Cola in Österreich – 90 Preise zu gewinnen

„Zeig uns mit wem du dein Coke am liebsten miteinander genießt und gewinne einen von 90 Preisen!“ Mit diesem Aufruf lädt Coca-Cola alle Fans ein, beim Jubiläums-Gewinnspiel mitzumachen – und das ist ganz einfach.

Als Hauptpreise warten neun Heli-Flüge inklusive Kurzurlaub für 4 Personen im Lieblingsbundesland. Dabei inkludiert ist ein Meet & Greet mit einem Promi wie Laura Feiersinger, Helge Payer oder Alex Kumptner. Darüber hinaus gibt es 81x2 Gutscheine für Dinner und Casino von Casinos Austria und dem dazugehörigen Lokal „Cusino“ zu gewinnen.

Credentials 90 Jahre Coca-Cola in Österreich-Kampagne “Miteinander!”

Auftraggeber:	Coca-Cola Österreich
Brand Manager Coca-Cola:	Lisa-Maria Moosbrugger
Agentur:	OBSCURA
Creative Director:	Philipp Hörmann
Account Manager:	Angela Zorn
Copywriter:	Stefan Kalvoda
Art Director:	Lisa Fleck / Andrea Jost
Production:	Teresa Leist
Director:	Christian Gstöttner
Social Media und Digital:	[kju:] digitale Promotionen
Mediaplanung:	Mediacom
Roadshow und Events:	KESCH
PR:	MPW-1060



90 Jahre Coca-Cola in Rot-Weiß-Rot

Was 1929 mit 24.000 Flaschen begann, hat sich in neun Jahrzehnten zu einer Erfolgsgeschichte in Rot-Weiß-Rot entwickelt. Coca-Cola ist seit 90 Jahren in Österreich heimisch und ein wichtiger Faktor der nationalen Getränke- und Wirtschaftsindustrie.

Um die Wurzeln von Coca-Cola in Österreich zu finden, muss man ganz in den Westen reisen, genauer gesagt nach Bludenz in Vorarlberg. Heinrich Ganahl schloss damals mit der The Coca-Cola Company den ersten Abfüll- und Vertriebsvertrag Österreichs ab. 24.000 Flaschen (rund 8.000 Liter) wurden damals abgefüllt. Zum Vergleich: 90 Jahre später sind es mehr als 490 Millionen Liter an verschiedenen Getränken, die Coca-Cola in Österreich produziert.

Seither hat sich viel getan, eines ist aber gleich geblieben: Der erfrischende Geschmack von Coca-Cola. Natürlich hat die Coca-Cola Familie mittlerweile Zuwachs bekommen. Coca-Cola light feierte 1983 seine Premiere, seit 2007 gibt es mit Coca-Cola zero eine zweite zuckerfreie Variante.

Nach 90 Jahren 13 Marken mit mehr als 60 Getränken

Die Produktpalette von Coca-Cola Österreich besteht längst nicht mehr nur aus dem „Urgetränk“ Coca-Cola. Mittlerweile umfasst das Sortiment 13 Marken mit mehr als 60 verschiedenen Getränken. Ein Großteil dessen wird bei Coca-Cola HBC Österreich im burgenländischen Edelstal abgefüllt. Dabei werden heimische Rohstoffe von einem Wert von 139 Millionen Euro jährlich verarbeitet. 774 Millionen Euro des Bruttoinlandsprodukts sind auf Coca-Cola und dessen Wertschöpfungskette zurückzuführen. Rund 1.000 Menschen arbeiten direkt im Coca-Cola System in Österreich, 12.000 weitere Jobs sind durch den Beschäftigungseffekt mit Coca-Cola verbunden. Die 90 Jahre Coca-Cola in Österreich sind also nicht nur geschmacklich erfrischend, sondern auch wirtschaftsgesellschaftlich.

Hier einige markante Ereignisse aus dem „Lebenslauf“ von Coca-Cola in Österreich:

- 1929:** Der Bludener Heinrich Ganahl schloss als erster Österreicher einen Abfüll- und Vertriebsvertrag mit der The Coca-Cola Company ab.
- 1939 bis 1953:** Während des Zweiten Weltkriegs und der Besatzungszeit gab es Coca-Cola nur für amerikanische Soldaten. 1953 wurde Coca-Cola wieder erzeugt.
- 1960:** Der erste Kühlautomat mit Münzeinwurf wurde aufgestellt
- 1964:** Fanta Orange wurde in Österreich eingeführt
- 1966:** Mit Cappy ging in Österreich erstmals „die Sonne auf“
- 1968:** Sprite erfrischte erstmals auch die Österreicherinnen und Österreicher
- 1971:** Coca-Cola wurde, neben Fanta und Sprite, erstmals in der Dose abgefüllt. Damals übrigens noch mit 0,35 Litern Inhalt.
- 1983:** Coca-Cola light wurde im österreichischen Markt präsentiert
- 1990:** Die wiederbefüllbare 1,5L PET-Flasche feierte ihre Premiere.
- 1999:** Erstmals tourte der Coca-Cola Weihnachtsmann mit seinem legendären Coca-Cola Weihnachtstruck durch Österreich und brachte viele Augen zum Leuchten.



- 1999:** Coca-Cola war erstmals Partner des Vienna City Marathons und arbeitet seither eng mit Österreichs größter Sportveranstaltung zusammen, um Menschen für Sport und Bewegung zu begeistern.
- 2001:** Ein weltweit erfolgreicher Werbespot machte ihn zur Ikone – den Coke light Mann. 2001 wurde in einer sehr erfolgreichen Kampagne erstmals der rot-weiß-rote Coke light Mann gewählt. Der Sieg ging übrigens an Vladimir Nica, er gewann einen Coke light-Werbevertrag in der Höhe von 100.000 Schilling.
- 2002:** Römerquelle Emotion wurde gelauncht und eröffnete das Near-Water Angebot
- 2003:** Römerquelle wurde durch Coca-Cola HBC Österreich erworben.
- 2004:** Powerade, das Sportgetränk, wurde in Österreich eingeführt.
- 2005:** Der Coca-Cola CUP, Österreichs bedeutendster U12-Fußball-Bewerb, wurde zum ersten Mal gemeinsam mit dem Österreichischen Fußballbund und den Landesverbänden ausgetragen. Seither waren mehr als 30.000 Spielerinnen und Spieler, unter Ihnen auch ÖFB-Teamspieler Philipp Lienhart – er gewann 2008 mit Rapid Wien – aus rund 2.200 Vereinen mit dabei.
- 2006:** Gemeinsam mit anderen Getränkeherstellern wurde das hochmoderne PET-Recycling-Werk in Müllendorf im Burgenland eröffnet
- 2007:** Mit Coca-Cola zero wurde eine dritte Coca-Cola Variante vorgestellt
Der Innovationspreis „Ideen gegen Armut“ wurde gemeinsam mit der Tageszeitung „Der Standard“ sowie dem NPO-Institut der WU Wien ins Leben gerufen. Der mittlerweile in Get active Social Business Award umbenannte Preis ist der größte für Social Start Ups in Österreich. Das Startkapital ist gekoppelt an die Geschichte von Coca-Cola in Österreich. 2019 werden demnach 90.000 Euro in Form von Geld- und Sachleistungen vergeben.
- 2008:** Als einer der Hauptpartner der UEFA EURO 2008 in der Schweiz und Österreich feierte Coca-Cola Österreich gemeinsam mit den heimischen Fans ein großes Fußballfest.
- 2013:** Coca-Cola HBC Österreich eröffnete das neue Produktions- und Logistikzentrum in Edelstal.
Seit 2013 ist ÖFB-Teamspieler David Alaba Botschafter des Coca-Cola CUPs und begeistert Jugendliche für seinen Sport.
- 2017:** Die Special Olympics World Winter Games in der Steiermark verzaubertenn ganz Österreich und zeigten, wie viel Inklusion für eine bessere Gesellschaft leisten kann. Als Gründungspartner ist Coca-Cola mit der breit angelegten Kampagne „We love Special Olympics“ in Österreich sehr engagiert und hat es als erstes Land der Welt geschafft, das Thema Special Olympics im Zuge einer Spendenaktion auf die Etiketten der Flaschen zu bringen.
- 2018:** Mit fuzetea, AdeZ und Royal Bliss erweiterte Coca-Cola das Produktportfolio um weitere erfrischende Getränke.
Erstmals war die Coca-Cola FIFA World Cup™ Trophy Tour zu Gast in Österreich. Der Original-FIFA WM-Pokal™ besuchte auf seiner Rundreise um den Globus im Vorfeld der FIFA WM 2018™ Wien und begeisterte mehr als 5.000 Fußballfans im Wiener Rathaus.



Wirtschaftsfaktor Coca-Cola Österreich:

So viel Coca-Cola steckt in Österreich

Das Coca-Cola System ist ein wichtiger Faktor in der heimischen Wirtschaft – und das schon seit 90 Jahren. Coca-Cola bekennt sich zu Österreich und leistet mit seinen Investitionen einen wertvollen Beitrag entlang der Wertschöpfungskette.

Coca-Cola produziert lokal in Österreich

Jährlich werden rund 490 Millionen Liter Getränke im Produktions- und Logistikzentrum in Edelstal im Burgenland produziert. Dabei greift Coca-Cola auf österreichische Rohstoffe und Dienstleistungen im Wert von 139 Millionen Euro zurück.

Der Beitrag von Coca-Cola zum BIP

Insgesamt trägt das Coca-Cola System entlang der Wertschöpfungskette 774 Millionen Euro pro Jahr zum Bruttoinlandsprodukt bei.

391 Millionen Euro Steueraufkommen pro Jahr

Entlang der Wertschöpfungskette beträgt das jährliche Steueraufkommen 391 Millionen Euro, das entspricht 0,42 % der österreichischen Steuerbezüge. Damit könnten die Ausbildungskosten von 33.000 Studierenden finanziert werden.

Jeder Arbeitsplatz bei Coca-Cola sichert elf weitere Stellen

Etwa 1.000 Menschen arbeiten derzeit direkt bei Coca-Cola in Österreich. Der Beschäftigungseffekt liegt bei fast 12.000 Stellen. So sichert jeder Arbeitsplatz im Coca-Cola System elf weitere Stellen in der österreichischen Wirtschaft.

Coca-Cola setzt auf Österreich

Seit 2013 ist die Abfüllung und Logistik von Coca-Cola HBC Österreich in Edelstal gebündelt. Das Werk hat sich innerhalb weniger Jahre zum drittgrößten Werk innerhalb der Coca-Cola HBC Gruppe entwickelt. „Ein Beleg für unser Bekenntnis zum Standort Österreich sind unsere Investitionen von rund 75 Millionen Euro, die in den vergangenen Jahren in unser Produktions- und Logistikzentrum in Edelstal geflossen sind.“, so Ursula Riegler, Public Affairs & Communications Director von Coca-Cola HBC Österreich.

Quelle: Sozioökonomischer Einfluss des Coca-Cola Systems auf die Österreichische Volkswirtschaft. Steward Redqueen, 2017



Welthit von Avicii für Coca-Cola Spot mit heimischen Musikern neu vertont

„Taste the feeling“ in Rot-Weiß-Rot

Für die Spots zu “90 Jahre Coca-Cola in Österreich“ wurde Avicis Hit „Taste the feeling“ neu arrangiert –mit heimischen Musikern wie Lucas Fendrich oder Philipp Lingg.

„Wir sind richtig reingekippt“, denkt Lisa-Maria Moosbrugger, Senior Brand Manager Sparkling bei Coca-Cola und für die 90-Jahre-Kampagne verantwortlich, zurück. „Ursprünglich war nur geplant, 40 Sekunden neu aufzunehmen, die wir für unsere Spots benötigen. Das Ergebnis hat uns und dem Team bei Coca-Cola aber so viel Freude gemacht, dass wir uns entschlossen haben, den ganzen Song aufzunehmen.“

Stimmlich gaben Lucas Fendrich, Frontman der Band Hunger und Philipp Lingg, bekannt durch den Holstunarmusigbigbandclub, dem Song einen neuen Touch. Untermalt wird die neue Version an der Violine von Antonia-Alexa Georgiew, fünf Jahre lang Geigerin bei Russkaja, sowie am Akkordeon von Weltenbummler Florian Zack. Produziert wurde die neue „Taste the feeling“-Version vom Wiener Richard Ulmer.

Das „Miteinander!“, das sich durch die 90 Jahre-Kampagne zieht, ist auch Lucas Fendrich wichtig. „Miteinander Musik machen ist für mich ein großer Teil, denn man hat im Proberaum einfach immer eine Riesen-Gaudi. Dieses Gefühl, zu dritt oder zu viert etwas zu erschaffen, was uns allen gefällt, ist wirklich super“, so der Wiener, der eigentlich gewohnt ist, mit seinen Hunger-Bandkollegen zu musizieren. „Mit anderen Musikern zusammenzuarbeiten war komplettes Neuland für mich. Der Song klingt aber wirklich cool und ich bin sehr happy, dabei zu sein.“ Als die Anfrage kam, hat Fendrich nicht lange überlegt. „Coca-Cola schafft es seit Jahrzehnten, hip zu sein. Deswegen fand ich es sehr aufregend und reizvoll, hier mitzumachen, denn Musik gehört zu Werbung.“

Philipp Lingg streicht das Besondere der österreichischen Version hervor. „Das ist sicherlich die Instrumentation. Man hört Tuben, Zithern, Geigen, Akkordeons, die als Wink und Augenzwinkern zu verstehen sind und die Botschaft vermitteln ;Hallo, wir sind hier in Österreich“, so Lingg, der große Stücke auf den Produzenten und DJ des Originals hält. „Ich halte sehr viel von Avicii. Mit seinem kompositorischen Schaffen als DJ hat er wirklich sehr große Spuren und wichtige Emotionen hinterlassen und da gehört natürlich auch Taste the feeling dazu.“ Ähnlich wie bei Fendrich ist auch für den Vorarlberger das „Miteinander!“ in der Musik essentiell. „Wenn man miteinander musiziert, geht es darum, dass man vor allem die Passion teilt, gemeinsam ein Stück zu kreieren. Ich finde es super, dass hier Musiker aus verschiedenen Stilrichtungen gemeinsam Musik machen“, so Lingg.

„Wir werden diese Version auch veröffentlichen“, so Lisa-Maria Moosbrugger, „damit alle Coca-Cola Fans das österreichische Taste the feeling auch in voller Länge genießen können.“



Die Musiker im Porträt

Lucas Fendrich: Lucas Fendrich sorgt als Frontman gemeinsam mit seinen Bandkollegen von „Hunger“ bei Superstar Taylor Swift für gute Stimmung, die hat nämlich den Hunger-Song „Amused“ in ihrer persönlichen Spotify-Playlist. Außerdem schaffte es der Song in den Soundtrack der erfolgreichen Netflix-Serie „Tote Mädchen lügen nicht“.

www.hungerband.com

Philipp Lingg: Der Musiker, Komponist, Arrangeur und Songwriter, aufgewachsen in Schopponau, machte seine Heimatstadt mit dem Holstunarmusigbigbandclub österreichweit bekannt, als er 2010 „Vo Mello bis ge Schopponou“ lief und damit 39 Wochen in den Charts mit Platz 2 als bester Position landete, sondern auch den Amadeus Austrian Music Award für den besten Song gewann. Der studierte Musiker (Uni Wien und MDW-Wien) spielt Akkordeon, Gitarre, Klavier und Posaune und konzertiert als „One-Man-Partie“ immer wieder im In- und Umland.

Florian Zack: Florian Zack, Akkordeonist, Sänger und Weltenbummler, hat von Feuerland bis Österreich die Berge, Gletscher und jede Menge Liebeskummer hinter sich gelassen und dort die wahre Liebe seines Lebens gefunden—die Liebe zum Akkordeon und zum Songwriting. Heute bricht er in Windeseile mit heißen Ska- und Polka-Rhythmen das Eis zwischen Bühne und Publikum. www.facebook.com/FlorianZackMusik/

Tom O'Marsh: Tom O'Marsh ist gebürtiger Londoner und studierte Schlagzeug und Latin Percussion. Sieben Jahre lang lebte er in Berlin, bis er Wien als seine Wahlheimat kennenlernte. Der Brite steht hinter der Band Those Goddamn Hippies. www.thosegoddamnhippies.com

Antonia-Alexa Georgiew: Antonia-Alexa Georgiew wurde in Hamburg geboren und begann das Geigenspiel im Alter von 6 Jahren. Sie studierte als Jungstudentin an der Musikhochschule Lübeck und setzte ihre Studien 1998 in Wien an der Universität für Musik und darstellende Kunst fort. Sie ist Preisträgerin vieler Wettbewerbe, darunter der Europäische Förderpreis, der ihr 2000 im Rahmen des Europäischen Kulturpreises Prix de l'Espoir verliehen wurde. Einem breiten Publikum bekannt wurde sie als Mitglied der Band „Russkaja“, bei der sie fünf Jahre lang als Geigerin tätig war. 2018 begleitete sie mitunter die Band Wanda auf ihrer Tour.

Credits:

Songtitle: Taste The Feeling
Composed by Jeremy Bircher, Scott Charles Fritz,
Joshua Hanalei Jones
Produced by Richard Ulmer
Music production company: Definitely Music
Lead vocals by Lucas Fendrich (Hunger) and Philipp
Lingg

Accordion: Florian Zack
Synths: Tom O'Marsh
Violin: Antonia-Alexa Georgiew
Acoustic guitar: Jan Leers
Programming, keys, synths, piano, bass, backing
vocals: Richard Ulmer

© Coca-Cola Publishing

© 2019 Definitely Music under exclusive license to Coca-Cola Gesellschaft m.b.H



Immer und überall das ideale Getränk

Coca-Cola bietet ein innovatives und auf alle Bedürfnisse zugeschnittenes Produktsortiment. Ziel ist es, für jeden Geschmack und jede Situation das richtige Getränk im Portfolio zu haben, 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche.

Was vor 90 Jahren in Österreich mit einer Limonade begann, hat sich zu einem umfassenden Getränkekonzern mit mehr als 60 verschiedenen Getränken entwickelt. Das Portfolio spannt einen Bogen von Limonaden über Mineralwasser, Fruchtsaft, Eistee bis zu pflanzenbasierten Drinks.

Neben den bekannten Marken Coca-Cola, Coke zero, Coca-Cola light, Fanta und Sprite zählen auch Cappy, die Eisteemarke fuzetea, das Sportgetränk Powerade und die Energydrink-Marke Monster zum breiten Produktportfolio.

Die österreichische Traditionsmarke Römerquelle wird direkt am Quellort in Edelstal abgefüllt. 2018 wurde das Portfolio um die neuen Marken smartwater, die AdeZ (pflanzenbasierte Drinks) und der Tonic-Marke Royal Bliss erweitert.

Damit wird Coca-Cola zu einem breit aufgestellten Getränkekonzern für alkoholfreie Getränke. Alleine 2018 wurden rund 30 neue Produkte präsentiert. Im Zuge dieses Wandels arbeitet Coca-Cola daran, die Getränke kurz- und mittelfristig durch neue Rezepte zuckerärmer zu machen. Aktuell sind bereits mehr als die Hälfte der Getränke kalorienreduziert oder kalorienfrei.

Zwischen 2000 und 2015 hat Coca-Cola in Einklang mit der Limonadenindustrie in Europa den Zuckergehalt seiner Getränke um 12 Prozent gesenkt. Bis 2020 werden mindestens weitere 10 Prozent Zucker eingespart.

Damit leistet das Unternehmen einen wesentlichen Beitrag, den durchschnittlichen Anteil der Energieaufnahme über Limonaden aller Menschen in Österreich von derzeit drei Prozent weiter zu reduzieren.



Über The Coca-Cola Company

The Coca-Cola Company (NYSE: KO) ist eine Total Beverage Company, die 500 Marken in über 200 Ländern anbietet. Zusätzlich zu den Coca-Cola Marken des Unternehmens umfasst unser Portfolio einige der wertvollsten Getränkemarken der Welt, darunter etwa Getränke auf Sojabasis der Marke AdeZ, Ayataka Grüner Tee, Costa Coffee, Dasani Wasser, Del Valle Säfte und Fruchtnektar, Fanta, Georgia Kaffee, Gold Peak Tee und Kaffee, Honest Tea, innocent Smoothies und Säfte, Minute Maid Säfte, Powerade Sportgetränke, Simply Säfte, smartwater, Sprite, vitaminwater und ZICO Kokosnusswasser. Wir gestalten unser Portfolio ständig um. Dabei reduzieren wir etwa den Zuckergehalt in unseren Getränken und bringen innovative neue Produkte auf den Markt. Wir arbeiten auch daran, die von uns verursachten Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern, indem wir Wasser zurückführen und Recycling fördern. Gemeinsam mit unseren Abfüllpartnern beschäftigen wir über 700.000 Menschen und bieten Menschen weltweit wirtschaftliche Möglichkeiten in der Wertschöpfungskette von Coca-Cola. Erfahren Sie mehr bei Coca-Cola Journey unter www.coca-colacompany.com und folgen Sie uns auf [Twitter](#), [Instagram](#), [Facebook](#) und [LinkedIn](#).

Das Unternehmen Coca-Cola HBC Österreich

Coca-Cola HBC Österreich versorgt flächendeckend den gesamten österreichischen Markt mit Produkten aus dem Hause Coca-Cola. Das Unternehmen beschäftigt rund 1.000 Mitarbeiter in Österreich – im Produktionsbetrieb bzw. regionalen Verkaufszentren und Auslieferungslagern. Neben den bekannten Marken Coca-Cola, Coke light, Coke zero, Fanta und Sprite zählen auch die neue Eisteemarke fuzetea, Cappy, Römerquelle, der Energy Drink Monster, die Tonic Marke Royal Bliss, das Sportgetränk Powerade und die pflanzenbasierten Drinks AdeZ zum breiten Produktportfolio. Im burgenländischen Edelstal, dem Quellort von Römerquelle, werden im hochmodernen Produktions- und Logistikzentrum zahlreiche Produkte aus dem Hause Coca-Cola HBC abgefüllt und von dort aus österreichweit distribuiert. Rund 60.000 Kunden aus Lebensmittelhandel und Gastronomie versorgen Konsumenten in ganz Österreich mit Getränken aus dem Hause Coca-Cola. 8.000 Kühlautomaten sorgen darüber hinaus dafür, dass die Getränke stets auf Armeslänge und gekühlt zur Erfrischung verfügbar sind.

Coca-Cola ist seit 1929 in Österreich fest verankert. Coca-Cola HBC Österreich ist ein Tochterunternehmen der Coca-Cola HBC Bottling Company AG mit Sitz in der Schweiz. Das Unternehmen ist einer der führenden Abfüller der Coca-Cola Company mit einem Verkaufsvolumen von 2 Milliarden unit cases und versorgt mit Produktions- und Distributionszentren in 28 Ländern jährlich mehr als 590 Millionen Konsumenten. Das Unternehmen notiert an der Börse in London mit Zweitlistung in Athen. Coca-Cola HBC ist im Dow Jones Sustainability Index und im FTSE4Good Index gelistet.