

## Partner mit gleichen Werten

Kategorie: **Industrie**

25.10.2017 von **Manuel Stenger**

Mit dem Verein Arche Noah möchte die Egger Getränkegruppe in den kommenden Jahren vermehrt Streuobst für die Produktion seiner Apfelsäfte von Granny's verwenden und so die Vielfalt und Nachhaltigkeit stärken.



V.l.n.r.: Christian Schrefel (Arche Noah Gründungsmitglied), Margareta Seiser (Initiatorin und Projektleiterin Leiterin Marketing und PR Egger Getränke), Bernhard Prosser (Geschäftsführer Marketing und Vertrieb Egger Getränke), Bernd Kajtna (Geschäftsführer-Stellvertretung & Obstammel Verein), Reinhard Zuba (Geschäftsführer Arche Noah). © Egger Getränke/Bill Lorenz

Die Egger Getränkegruppe und Arche Noah, ein Verein zur Art- und Sortenvielfalt, der bereits über 14.000 Mitglieder hat, haben gestern ihr Konzept für eine langfristige Partnerschaft präsentiert. Seit bereits 25 Jahren ist es das Ziel der Arche Noah, vom Aussterben bedrohte Kulturpflanzen langfristig zu schützen. Was verbindet die beiden Partner? Laut Bernhard Prosser (Geschäftsführer Marketing und Vertrieb Egger Getränke) kann eine Partnerschaft nur funktionieren, „wenn die Werte beider Partner deckungsgleich sind. Das ist bei Granny's und Arche Noah der Fall.“ Bei Granny's bekenne man sich „zu 100 Prozent zu Österreich, alle Inhaltsstoffe kommen aus Österreich“, so Prosser weiter. Die Kooperation bringt eine Win-win-Situation für beide Seiten: Arche Noah profitiert von einer höheren Bekanntheit, Granny's kann sich von der Konkurrenz abheben und zeigen, dass man auf Natur und Nachhaltigkeit setzt.

## Fünf Säulen der Partnerschaft

„Das ist hier kein PR-Gag“, fügt Margarete Seiser hinzu, Marketing und PR-Leiterin Egger Getränke, „dieses Projekt hat wirklich Substanz. Es ist uns wichtig, einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten.“ Seiser, Initiatorin der Partnerschaft, verbindet ein persönlicher Aspekt mit der Arche Noah – bereits als Kind war sie bei der Eröffnung des Vereins dabei.

Seiser benennt fünf Säulen, auf denen die langfristige, strategische Initiative – diese ist für mindestens drei Jahre vorgesehen – aufbaut. Erstens will man am 10. November 2017, dem Tag des Apfels, eine große Spendenaktion starten. Für jede verkaufte Flasche von Granny's gehen fünf Cent an die Arche Noah. Ziel ist es, innerhalb von zwölf Monaten 100.000 Euro gesammelt zu haben. Zweitens möchte man nach Seiser unter Aufsicht der Arche Noah einen Nachhaltigkeitsplan ausarbeiten: „Wir wollen in der Substanz nachhaltiger werden.“ In Folge will man den Streuobstanteil vergrößern. „Man muss sich Gedanken darüber machen, wo die Rohstoffe herkommen“, sagt Bernd Kajtna, Geschäftsführung-Stellvertretung & Obstsammlung. Heimisches Streuobst ist laut Kajtna „förderlich für den Erhalt der Vielfalt“. Das meiste Obst, das in Österreich gegessen wird, kommt vom Intensivanbau. Es gibt aber auch 90.000 Hektar Fläche mit Streuobst in Österreich und insgesamt 80 verschiedene Apfelsorten. Diese sind Lebensraum für viele Tiere und Pflanzen. „Hier handelt es sich um ein ausgewiesenes hochwertiges Biotop“, so Kajtna. „Wir wissen aus der Forschung, dass Vielfalt eine längere Lebensdauer schafft“, sagt Christian Schrefel, Vereinsobmann Arche Noah. Bei einer größeren Artenvielfalt können auch größere Ausfälle verkraftet werden. Zudem soll nach Seiser die Wiederverwertbarkeit der PET-Flaschen in den nächsten Jahren gesteigert werden. Die Egger Getränkegruppe ist Gründungsmitglied der PET2PET Austria, die sich für eine größere Rückführung von Plastikflaschen einsetzt.

Drittens möchte man ab 2019 gemeinsam Produkte unter ökologischen Gesichtspunkten auf den Markt bringen. Auch eine neue Getränkekategorie soll eröffnet werden. Seiser: „Mehr darf ich dazu aber noch nicht verraten.“ Ebenfalls ist es das Ziel, sich gegenseitig durch den gemeinsamen Austausch als Interessensvertretung zu unterstützen.

Zuletzt möchte man aber die Kräfte in der Kommunikation bündeln. Auf jeder Flasche ist die Zusammenarbeit mit der Arche Noah auf dem Etikett klar erkennbar. Ab 30. Oktober wird zudem eine breite Kommunikationskampagne anlaufen, die unter anderem mit einem Spot im TV zu sehen sein wird. Hier wird auch die Bevölkerung aktiv eingebunden werden. An hochfrequentierten Plätzen in Österreich werden Apfelbäume zur freien Entnahme aufgestellt. Die Verbraucher können ihren gepflanzten Apfelbaum dann auf Social Media teilen. „Damit werden die Konsumenten aufgefordert, ihren Beitrag zum langfristigen Schutz der Natur zu leisten“, wie Seiser betont.

